

Opinnäytetyö (YAMK)

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Kirjasto- ja tietopalvelu YAMK

2018

Satu Suoranta

# LUHANGAN KUNNANKIRJASTON FACEBOOK

– teoriaa ja käytäntöä sosiaalisesta mediasta



OPINNÄYTETYÖ (YAMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Kirjasto- ja tietopalvelun koulutusohjelma

2018 | 92+ 4

Ohjaaja Olli Mäkinen

Satu Suoranta

# LUHANGAN KUNNANKIRJASTON FACEBOOK

- teoriaa ja käytäntöä sosiaalisesta mediasta

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan sosiaalista mediaa. Opinnäytetyön tarkoitus on perehtyä yleisten kirjastojen sosiaaliseen mediaan ja perustaa Luhangan kunnankirjastolle omat Facebook sivut. Aiheeseen perehdytään tutustumalla yleisten kirjastojen ja Keski-kirjastojen tällä hetkellä tarjolla olevaan sosiaaliseen mediaan.

Tämä tutkimus on toimintatutkimusta, jossa tutkija on aktiivisesti mukana. Tutkimusstrategia on sekä kvalitatiivista että kvantitatiivista ja näin ollen mixed.method -mallin mukaista. Toimintatutkimuksen teoreettinen viitekehys muodostuu informaatiolukutaidosta, medialukutaidosta, mediakasvatuksesta ja yhteisöllisyydestä. Näillä teorioilla pyritään luomaan pohja Luhangan kunnankirjaston sosiaaliselle medialle.

Tutkimusmenetelminä opinnäytetyössä on käytetty kyselyjä, puolistrukturoituja teemahaastatteluja ja benchmarkingia. Lomakekysely tehtiin Luhangan kunnankirjaston asiakkaille Facebookista. Webropol-kysely suunnattiin Keski-kirjastojen henkilöstölle sosiaalisesta mediasta ja ennen kaikkea Facebookista. Teemahaastattelussa haastateltiin Keski-kirjastojen sosiaalisen median asiantuntijoita. Benchmarking suoritettiin Luhangan ja Uuraisten kunnankirjastojen kesken. Tarkoitus oli saada mallia Luhangan kunnankirjaston Facebook sivujen perustamiselle ja sivujen päivittämiselle.

Luhangan kunnankirjaston Facebook sivut perustettiin elokuussa 2017. Sivuja päivitetään kerran viikossa. Sivujen kävijämäärä kasvaa vähitellen.

Tässä tutkimuksessa ilmenee, että sosiaalinen media vaihtelee kirjastoittain. Sosiaalinen media on nykypäivää ja se on tullut jäädäkseen. Facebookin avulla kirjastojen on mahdollista tavoittaa uusia asiakkaita.

## ASIASANAT:

sosiaalinen media Facebook toimintatutkimus yleiset kirjastot yhteisöllisyys medialukutaito benchmarking

MASTER'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

DEGREE PROGRAMME IN LIBRARY AND INFORMATION SERVICES (MBA)

2018 | 92 + 4

Instructor Olli Mäkinen

Satu Suoranta

# FACEBOOK IN THE MUNICIPAL LIBRARY OF LUHANKA

- theory and practice of social media

The present master's thesis focuses on the social media. The aim of the thesis is to become familiar with the social media in the public libraries and set up a Facebook profile for the municipal library of Luhanka. The subject is approached by exploring the social media provided by the public libraries and by the libraries called Keski-kirjastot at the moment.

The thesis is based on action research which refers to the active participation of the author. The study strategy is both qualitative and quantitative and thus it follows the mixed method principles. In this thesis, the theoretical framework is formed by information literacy, media literacy, media education and communality. These theories serve as a basis for the creation of the social media activities in the Luhanka municipal library.

The research methods used in the thesis include surveys, half structures theme interviews and benchmarking. One survey about Facebook was carried out among the customers in the library of Luhanka. The other survey about the social the social media, particularly Facebook, was carried out among the staff in the libraries called Keski-kirjastot. The theme interviews were conducted with the social media specialists in the libraries called Keski-kirjastot. The benchmarking was carried out between the libraries in Luhanka and Uurainen. The aim was to gather ideas for setting up and updating the Luhanka municipal library Facebook pages.

The Luhanka library Facebook account was established in August in 2017. It is updates weekly and the number of the visitors increases little by little.

The thesis showed that the usage of the social media varies between the libraries. Social media is part of the present-day information activities. It is possible for the libraries to reach new customers by means of Facebook.

## KEYWORDS:

social media Facebook action research public libraries communality media literacy benchmarking

# SISÄLTÖ

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1 JOHDANTO</b>                                    | <b>7</b>  |
| <b>2 LUHANGAN KUNNANKIRJASTO</b>                     | <b>10</b> |
| 2.1 Luhangan kunnankirjaston it-asiat ja visio       | 11        |
| 2.2 Kirjaston it-hanke                               | 12        |
| 2.3 Luhangan kunnankirjaston SWOT-analyysi           | 13        |
| <b>3 TOIMINTATUTKIMUS</b>                            | <b>15</b> |
| 3.1 Toimintatutkimuksen käsitteitä ja kehittäminen   | 15        |
| 3.2 Toimintatutkimuksen vaiheet ja sykli             | 17        |
| 3.3 Tutkimusasetelma                                 | 19        |
| <b>4 KIRJASTOT JA SOSIAALINEN MEDIA</b>              | <b>20</b> |
| 4.1 Kirjastolain tavoitteisiin ja OKM:n tavoitteiksi | 20        |
| 4.2 Yleistä sosiaalisesta mediasta                   | 21        |
| 4.3 Kirjastot ja sosiaalinen media                   | 25        |
| 4.4 Kirjastojen sosiaalisen median palveluita        | 27        |
| <b>5 MEDIALUKUTAITO</b>                              | <b>33</b> |
| 5.1 Yleistä medialukutaidosta                        | 33        |
| 5.2 Kirjastojen medialukutaito ja mediakasvatus      | 37        |
| <b>6 INFORMAATIOLOUKUTAITO</b>                       | <b>39</b> |
| <b>7 YHTEISÖLLISYYS</b>                              | <b>43</b> |
| <b>8 TUTKIMUSMENETELMÄT</b>                          | <b>48</b> |
| 8.1 Kyselyt  | 48        |
| 8.1.1 Lomakekyselyn toteuttaminen                    | 50        |
| 8.1.2 Webropol-kyselyn toteuttaminen                 | 52        |
| 8.2 Haastattelut ja niiden toteuttaminen             | 53        |
| 8.3 Benchmarking ja sen toteuttaminen                | 56        |
| <b>9 TUTKIMUSTULOKSET JA YHTEENVETO</b>              | <b>59</b> |
| 9.1 Lomakekysely                                     | 59        |

|  |           |
|--|-----------|
| 9.2 Webropol-kysely  | 65        |
| 9.3 Teemahaastattelut  | 70        |
| 9.4 Benchmarking   | 75        |
| <b>10 LUHANGAN KUNNANKIRJASTON FACEBOOK</b>                    | <b>79</b> |
| 10.1 Taustaselvitys  | 79        |
| 10.2 Luhangan kunnankirjaston Facebook -profiilin perustaminen | 81        |
| <b>11 JOHTOPÄÄTÖKSET</b>                                       | <b>86</b> |
| <b>LÄHTEET</b>   | <b>89</b> |

## LIITTEET

- Liite 1. Kysely Facebookista asiakkaille
- Liite 2. Webropol-kysely Keski-kirjastoille
- Liite 3. Teemahaastattelu
- Liite 4. Kysymykset benchmarking

## KUVAT

|   |    |
|---|----|
| Kuva 1. Harto Pöngän blogipostauksen kuva ( <a href="https://harto.wordpress.com">https://harto.wordpress.com</a> ) | 8  |
| Kuva 2. Harto Pöngän blogin postauksen kuva   | 42 |
| Kuva 3. Luhangan kunnankirjaston Facebook-profiilin etusivu   | 82 |
| Kuva 4. Kuva Luhangan Facebookin etusivulta   | 83 |
| Kuva 5. Kuva kirjaston järjestämistä tapahtumista   | 84 |
| Kuva 6. Kuvia kirjaston tapahtumista, mainoksia ja valokuvia kirjastosta  | 84 |
| Kuva 7. Kirjaston Facebookin -etusivu, jonka yhdessä julkaisussa on kirjaston aukioloajat                           | 85 |
| Kuva 8. Kuvassa on yksi julkaisu kirjallisuuden Finlandia palkinnosta 2017.   | 85 |

## KUVIOT

|   |    |
|---|----|
| Kuvio 1. Luhangan sivistystoimen SWOT-analyysi.   | 14 |
| Kuvio 2. Toimintatutkimuksen vaiheet ja sykli (Kananen, 2014a, 34)                          | 18 |
| Kuvio 3. Some-palvelujen ”hunajakkenno”, alkuperäisidea: Gene Smith, 2007 (Pönkä, 2014, 82) | 25 |
| Kuvio 4. Mediakielitaidon portaikko mukailtuna (Merilampi, 2014, 145)                       | 34 |
| Kuvio 5. Ongelmaperustainen oppiminen ja tiedonhankinta (PBL-sykli) (Sormunen, 2008, 18).   | 40 |

|   |    |
|---|----|
| Kuvio 6. Kirjastoportaattien muokattuna (Nevgi, 2007, 133).   | 41 |
| Kuvio 7. Virtuaaliyhteisöllisyyteen vaikuttavat mahdollistajat ja niiden keskinäiset suhteet (Heinonen, 2008, 18) | 44 |
| Kuvio 8. Virtuaaliyhteisöllisyydessä läsnä olevat elementit ja niiden suhteet (Heinonen, 2008, 90.)               | 45 |
| Kuvio 9. Ihmisen verkostokehät sosiaalisessa mediassa (Kangaspunta, 2011, 125).                                   | 46 |
| Kuvio 10. Haastattelun muodot (mukaillen Kumar 2011, 144; Kananen, 2015, 82)                                      | 53 |
| Kuvio 11. Teemoilla pyritään tavoittamaan ilmiö ja saamaan ilmiöstä ymmärrys (Kananen, 2015, 83.)                 | 54 |
| Kuvio 12. Benchmarking-prosessit mukailtuna (Camp, 1995, 25)  | 57 |

## TAULUKOT

|  |    |
|--|----|
| Taulukko 1. Toimintatutkimuksen vertailua muihin tutkimusmuotoihin (Kananen, 2014a, 27)                      | 16 |
| Taulukko 2. Sosiaalisen median (alustavia) lajityyppejä ja toimintamuotoja (Lietsala & Sirkkunen, 2014, 274) | 23 |
| Taulukko 3. Medialukutaidon seitsemän taitoa Potterin (2004) mukaan (Kupiainen, 2009, 111)                   | 36 |
| Taulukko 4. Verkkoyhteisön tyypittelyä (Heinonen, 2008, 62.)   | 45 |
| Taulukko 5. Vastaajien ikäjakauma.   | 59 |
| Taulukko 6. Vastaajien asema.  | 60 |
| Taulukko 7. Facebookin tuttuus   | 61 |
| Taulukko 8. Asiakkaiden Facebook-profiili  | 62 |
| Taulukko 9. Asiakkaiden Facebookissa oloaika   | 62 |
| Taulukko 10. Asiakkaiden tutustuminen kirjastojen Facebookiin  | 63 |



# 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheeksi valitsin Luhangan kunnankirjaston Facebookin. Tarkoituksena on perustaa kirjastolle oma Facebook-profiili. Olen ollut Luhangan kunnankirjastossa töissä parisenkymmentä vuotta ja näiden vuosien aikana täkäläinen kirjasto on kokenut monenlaisia muutoksia tietotekniikkaan liittyen. Ensin tulivat tietokoneet ja internet-yhteydet, sen jälkeen sähköposti ja kirjastojärjestelmät. Koska olen pyrkinyt omalta osaltani Luhangan kunnankirjaston kehittämiseen, niin mielestäni seuraava vaihe olisi sosiaalisen median tuominen kirjastoon. Ari Haasion (2013, 9) mukaan sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan erilaisten tietoverkkojen avulla käytettävien vuorovaikutteisten ja käyttäjälähtöisten sisältöjen tuottamista, missä ihmiset keskusteleval keskenään ja tekeval sisältöihin erilaisia tekstejä ja kuvia. Tässä työssä esittelen, millaista sosiaalista mediaa Luhangan kunnankirjasto tarjoaa asiakkailleen ja miten luodaan kirjastolle omat Facebook-sivut. Näin ollen paikallinen kirjasto olisi toimintatavoiltaan nykyaikaisempi ja vastaisi ajan tuomiin haasteisiin.

Kirjastojen nykypäivän toimintaan sosiaalinen media liittyy oleellisesti. Sosiaalinen media tarjoaa uusia palvelumuotoja ja tavoittaa siten uusia asiakasryhmiä, joille on tärkeää ajantasaisten tietojen ja palveluiden tavoittaminen. Lisäksi sosiaalinen media luo yhteisöllisyyttä erilaisten sosiaalisten verkostojen ja ryhmien avulla. Yhteisöllisyys kirjastoissa vaikuttaa oleellisesti avoimuuteen, viestintään ja tiedon jakamiseen.

Seuraavaksi on kuva Harto Pöngän blogipostauksesta, jossa esitellään 21. vuosisadan taitoja ja nettilukutaitoja (<https://harto.wordpress.com>). Nettilukutaito on nyky-yhteiskunnassa tärkeä selviytymistaito. Kirjastojen asiakkaat ja henkilökunta tarvitseval nykyisin ja jatkossa erilaisia nettilukutaitoja, johon sisältyy mm. hyvä informaatiolukutaito, medialukutaito ja mediakasvatus. Kirjaston henkilöstö on erityisasemassa näiden taitojen ja mediakasvatuksen antajana ja opettajana kaikenikäisille asiakkailleen nyt ja tulevaisuudessa. Myöskin sosiaalisen median ymmärtämiseen ja käyttämiseen hyvä nettilukutaito on oiva työväline.



Kuva 1. Harto Pöngän blogipostauksen kuva (<https://harto.wordpress.com>)

Tässä opinnäytetyössä 2. luvussa on esitelty Luhangan it-asioita ja siihen liittyvää hanketta, jonka avulla on tarkoitus tutustuttaa kirjaston asiakkaita sosiaaliseen mediaan ja erityisesti Luhangan kunnankirjaston Facebookiin. Lisäksi tässä luvussa tuodaan esille paikkakunnan kirjaston visio ja SWOT-analyysi.

3. luvussa on käsitelty tämän opinnäytetyön tieteellistä tutkimusmenetelmää. Tämä opinnäytetyö on toimintatutkimusta. 3.3. kappaleessa on käsitelty tutkimusasetelmaa, jossa kerrotaan opinnäytetyön tavoitteista, teoreettisesta viitekehyksestä ja käytetyistä tutkimus- ja tiedonhankintamenetelmistä.

4. luvussa kerrotaan ensin yleisesti sosiaalisesta mediasta ja sen jälkeen kirjastoista ja sosiaalisesta mediasta. Lisäksi tässä luvussa on esitelty yleisissä kirjastossa yleisimmin käytettyjä sosiaalisen median muotoja.

5. luku käsittelee medialukutaitoa. Ensimmäinen on kerrottu lyhyesti medialukutaidosta ja sen teoriasta. Sen jälkeen on kuvaus kirjastoista ja niiden tarjoamasta mediakasvatuksesta ja kuinka medialukutaito liittyy sosiaaliseen mediaan.



6. luvussa on kirjoitettu informaatiolukutaidosta ja siitä, kuinka informaatiolukutaito ja sosiaalinen media kirjastoissa liittyvät yhteen. Lisäksi esitellään myös informaatiolukutaitoon oleellisesti kuuluvaa oppimista.
7. luvussa on kirjoitettu yhteisöllisyydestä. Mitä merkitystä sosiaalisella medially ja yhteisöllisyydellä on kirjastoissa? Miten kirjastot tuovat esiin somen avulla yhteisöllisyyttä?
8. luvussa on käsitelty työssä käytettyjä tutkimusmenetelmiä: kyselyjä, teemahaastatteluja ja Benchmarkingia. Tutkimusmenetelmät on esitelty lyhyesti ja on tuotu esille tutkimusmenetelmiin liittyvää teoriaa. Lisäksi on käsitelty lyhyesti tutkimuksen toteutusta ja mietitty tutkimusaineiston käsittelyä.
9. luvussa kerrotaan tutkimusmenetelmien tuloksista. Ensin on käsitelty kyselyjen, lomakekyselyn ja Webropol -kyselyjen vastauksia, sen jälkeen teemahaastattelujen tuloksia ja lopuksi Benchmarkingin tuloksia Luhangan kunnankirjaston ja Uuraisten kunnankirjaston kesken. Tämän jälkeen on tehty tiedonkeruumenetelmillä saaduista tuloksista yhteenveto jokaisen tiedonkeruumenetelmän jälkeen.
10. luvussa on esitelty Luhangan kunnankirjaston Facebookiin liittyvä taustaselvitys. Lisäksi on kerrottu Luhangan kirjaston Facebook-sivujen perustamisesta.
11. luvussa on kuvattu johtopäätöksiä.

## 2 LUHANGAN KUNNANKIRJASTO

Luhangan kunta on 760 asukkaan maalaiskunta Päijänteen itäpuolella Keski-Suomessa. Lähimpään kaupunkiin Jyväskylään on matkaa Luhangan Kirkonkylältä 60 kilometriä.

### **Tilastotietoja Luhangan kunnankirjastosta**

Luhangan kunnankirjastolla on 2 toimipistettä: pääkirjasto Kirkonkylällä ja Tammijärven kirjasto Tammijärvellä. Henkilöstöön kuuluu yksi kokoaikainen kirjastonhoitaja. V. 2017 Luhangan kunnankirjaston toimipisteisiin tehtiin yhteensä 3 110 käyntiä, joita kertyi asukasta kohden 4,1 kappaletta. Kirjastot olivat auki vuoropäivin tiistaista lauantaihin ja aukiolotunteja kertyi 1 710 tuntia. Lainaajia eli lainausoikeuttaan käytti viime vuonna yhteensä 225 henkilöä.

Vuoden 2017 lopussa kirjastojen kokoelma käsitti 20 767 kirjaa. Muuta aineistoa oli yhteensä 1 044 kappaletta. Lehtiä ei lasketa mukaan kokoelmatietoihin. Hankinta koostui 680 kirjasta ja 52 muusta aineistosta, kuten cd-levyistä, blu-ray-levyistä, dvd-levyistä, äänikirjoista, kartoista, nuoteista ja moniviestimistä. Kirjastoista poistettiin 450 kirjaa ja muuta aineistoa 26 kappaletta.

Lainoja kertyi viime vuonna yhteensä 6 265 kappaletta, josta kirjojen lainaus oli 5 265 kappaletta ja muun aineiston lainaus oli tasan 1 000 kappaletta. Muun aineiston lainaus sisältää audiovisuaalisen aineiston ja lehtien lainauksen. Kirjojen paikallislainoihin lasketaan mukaan saadut seutulainat, joita oli viime vuonna yhteensä 930 kappaletta. Seutulainat ovat muilta Keski-kirjastot kimpan kirjastoilta välitettyjä lainoja.

### **Kirjastokimpat**

Luhangan kunnankirjasto on kuulunut kirjastokimppaan vuodesta 2005 alkaen. Ensin kimppana oli Aalto-kirjastot, jonka muodostivat Jyväskylän kaupunginkirjaston lisäksi Uuraisten kunnankirjasto, Jämsän kaupunginkirjasto, Äänekosken kaupunginkirjasto, Muuramen kunnankirjasto, Toivakan kunnankirjasto, Kuhmoisten kunnankirjasto, Petäjäveden kunnankirjasto ja Luhangan kunnankirjasto. Tuolloin kirjastojärjestelmänä oli PallasPro.

Vuonna 2013 kirjastoverkko laajeni, sillä Kepri-kirjastot ja Aalto-kirjastot yhdistyivät ja perustivat Keski-kirjastot kirjastoverkon yhdessä siinä vaiheessa vielä kimppoihin kuu-

lumattomien Laukaan ja Hankasalmen kunnankirjastojen kanssa. Kepri-kirjastoihin kuuluivat Viitasaaren, Kinnulan, Kivijärven, Karstulan, Kyyjärven, Kannonkosken, Saarijärven, Pihtiputaan, Keuruun ja Multian kunnankirjastot. Viimeisten Keski-Suomen kirjastojen eli Konneveden ja Joutsan kunnankirjastojen liittyttyä mukaan Keski-kirjastot kirjastoverkkoon vuonna 2014 kuuluvat kaikki keskisuomalaiset kirjastot samaan kirjastokimppaan. Yhteisenä kirjastojärjestelmänä toimii Axiellin Aurora. Kirjastokimppalla on lisäksi käytettävissään yhteinen verkkokirjasto Arena ja yhteiset aineistokuljetukset alueellaan.

## 2.1 Luhangan kunnankirjaston it-asiat ja visio

Luhangan kunnankirjasto käsittää kaksi toimipistettä: pääkirjaston Kirkonkylällä ja Tammijärven kirjaston Tammijärvellä. Kirjaston tämänhetkiset it-asiat ovat varsin hyvällä mallilla, koska kirjasto voi käyttää hyödykseen kirjastokimppaa monissa atk-asioissa, esim. lokakuussa 2016 Luhangan kunnankirjasto otti käyttöönsä verkkomaksamisen. Lisäksi e-kirjojen, e-lehtien ja e-äänikirjojen valikoiman runsaus ja käyttömahdollisuudet ovat paremmat, kun on kyseessä kirjastokimppa ja hyvät yhteistyömahdollisuudet.

Pääkirjastossa on ollut viime vuoden 2016 lopusta lähtien valokuituverkko, joka hieman paransi kirjaston tietoliikenteen käytön nopeutta. Tammijärven kirjastoon on otettu käyttöön valokuituverkko elokuussa 2017, kun Tammijärven kirjaston ja vanhan ala-asteen koulurakennuksen yhteyteen valmistui uusi Tammijärven ala-aste. Kummassakin kirjastossa on langaton verkko eli wifi-verkko. Erityisesti kesäisin lomalaiset käyttävät kirjastossa omia kannettaviaan tai tabletteja, jolloin heille on hyötyä kirjaston langattomista yhteyksistä. Kummassakin kirjastossa on useampi asiakaspääte asiakkaiden käyttöön, tabletteja ja lisäksi yksi yleisöpääte, jota on mahdollista käyttää verkkokirjasto Arenan selailuun. Luonnollisesti molemmissa kirjastossa on monitoimilaite, jossa on tulostin-, kopiointi- ja skannausmahdollisuus asiakkaiden käyttöön.

Luhangan kunnankirjastolla on omat kotisivut, joita hyödynnetään erityisesti silloin, kun tiedotetaan aukioloaikojen muutoksista. Näin ollen seuraava vaihe Luhangan atk-asioiden kehittämisessä on sosiaalisen median tuominen kirjastoon asiakkaiden saataville. Luhangan kunnankirjaston tavoite on tarjota kaikille asiakkailleen ajantasaiset ja ilmaiset palvelut. Hyviin palveluihin kuuluvat perinteisen aineistokokoelman ja ilmaisten tilojen käyttömahdollisuuksien lisäksi monipuoliset ja kattavat it-palvelut.

Kirjaston visio pitää sisällään sen, että lähitulevaisuudessa kirjasto tarjoaa asiakkailleen sosiaaliseen mediaan eri muotoja. Aluksi kirjastossa toteutetaan kirjaston omat Facebook-sivut ja sen jälkeen viiden vuoden kuluessa kirjasto tarjoaa muitakin sosiaalisen median muotoja. Kirjaston visio käsittää myös tiedonhaun ja sosiaalisen median opetuksen. Asiakkaita perehdytetään e-aineiston ja sosiaalisen median käyttämiseen sekä kirjastossa että kotona tietoverkkoja hyödyntämällä.

## 2.2 Kirjaston it-hanke

Opetus- ja kulttuuriministeriö ja aluehallintovirastojen 31.3.2017 tekemän päätöksen perusteella Luhangan kunnankirjasto sai 4 000 euron valtionavustuksen hankkeelleen sosiaalinen media, tabletit ja 55+-vuotiaat. Lokakuun 2016 loppuun mennessä oli mahdollista hakea harkinnanvaraista valtionavustusta kirjastotoiminnan kehittämiseen. Hakemiskohteina oli mm. oppijan kirjasto eli oppimisympäristön kehittämiseen tai sähköisten palveluiden käyttöön tai opastukseen tai aikuisten oppijoiden neuvontaan kohdistuvia hankkeita, joihin oli mahdollista saada avustusta. (Kirjasto.fi/hankkeet 2017.)

Luhangan kunnankirjaston hankkeen on tarkoitus kestää vuoden 2018 loppuun asti. Hankkeen tavoite on ohjata, opastaa ja neuvoa 55-vuotiaita ja sitä vanhempia asiakkaita tiedonhaussa ja sosiaalisen median käytössä mm. järjestämällä muutama koulutusilta. Kirjaston on määrä hankkia avustusrahoilla muutama tabletti kirjastoon ja järjestää kummassakin kirjastossa koulutusilloja. Näissä koulutusilloissa 55-vuotiaat ja sitä vanhemmat kirjaston asiakkaat voisivat opetella käyttämään tabletteja, tekemään tiedonhakuja, lukemaan niillä e-kirjoja, e-äänikirjoja, e-lehtiä ja blogeja, kuuntelemaan vaikkapa musiikkia YouTubesta ja käyttämään Facebookia. Kirjasto järjestäisi seniorisurfauksillaan tai iltoja pienille 5-7 hengen ryhmille, missä kaikki halukkaat seniorit voisivat atk-kouluttajan ja/tai kirjastonhoitajan opastuksella oppia käyttämään erilaisia somen muotoja. Jatkossa tabletteja hyödynnettäisiin muiden ikäryhmien tiedonhaussa ja sosiaalisen median käytössä. Tällä tavoin pieni kirjasto saisi uusia asiakkaita ja kävijöitä tarjotessaan uusia palveluita. Iltojen hyvällä markkinoinnilla tämä tulisi olemaan hyvin mahdollista. (Kirjastot.fi/hankkeet 2017.)

### 2.3 Luhangan kunnankirjaston SWOT-analyysi

Luhangan kunnan sivistystoimenlautakunnan kokouksessa syksyllä 2015 laadittiin sivistystoimen toimialueille eli koulutoimelle, kirjastotoimelle, liikunta- ja vapaa-aikatoimelle ja muulle kulttuuritoimelle SWOT-analyysin osaksi Luhangan kunnan hyvinvointikertomusta. Hyvinvointikertomuksella kehitetään kunnan suunnittelua, toiminnallisten tavoitteiden määrittelyä ja päätöksentekoa. Luhangan hyvinvointikertomus hyväksyttiin lautakuntien, hallituksen ja valtuustoon käsittelyssä. Luhangan kunnankirjaston SWOT-analyysissä mietittiin kirjastotoimintaa nelikentän, vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat, avulla. Mitkä ovat Luhangan kirjastotoimen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat? (Luhangan sivistystoimenlautakunta, 2015, § 66.)

Luhangan kunnankirjaston vahvuuksiin kuuluu oleellisesti kaksi toimipistettä. Koska kyseessä on maantieteellisesti laaja-alainen kunta, niin on hyvä asia, että kunnassa on kaksi toimipistettä. Kirjastolla ja koululla on hyvä ja monipuolinen yhteistyö. Kirjasto järjestää koululaisille satutunteja, kirjavinkkauksia, lukupiirejä ja tiedonhaun opastusta. Syksyllä 2017 kirjasto järjestää sekä päivähoidon lapsille että koululaisille parin kirjailijan kirjailijavierailun, nukketeatteriesityksiä ja musiikkiesityksen.

Kirjaston henkilöstö pyrkii kouluttautumaan mahdollisuuksien mukaan. Keski-kirjastot tarjoavat koulutuksia kirjastokimppan henkilöstölle. Yleensä ottaen kimppa tekee yhdessä mm. kirjastojärjestelmään liittyviä hankintoja edullisemmin ja koko kimppaan liittyvästä toiminnasta päätetään yhdessä. Näin pienikin kirjasto pyrkii pysymään ajan tasalla kirjastomaailmaan liittyvistä asioista. Keski-kirjastojen kokoelmat ovat kaikkien käytössä ja hyvin saatavilla; aineistoa kuljetetaan kirjastojen välillä pari kertaa viikossa. Luhangan kirjastolla on väestöön määrään suhteutettuna hyvät kirjamäärärahat. Yleensä Luhangan kunnankirjastolla on hyvä ja kohtalaisen monipuolinen it-ympäristö asiakkaiden käyttöön aivan ilmaiseksi. Myös kaukolainatoiminta on ollut asiakkaille täysin ilmaista vuosien ajan.

Kirjaston heikkoudet liittyvät siihen, että kirjastolla on varsin pieni henkilöstö, koska kyse on pienestä kunnasta ja kirjastotoimesta. Yhden kokoaikaisen työntekijän tulisi osata mahdollisimman monipuolisesti kirjastoasioita. Luonnollisesti Keski-kirjastojen järjestämät koulutukset ja kimppan henkilöstön vertaistuki auttaa pienen kirjaston toimintojen pyörittämisessä. Pieni henkilöstö vaikuttaa myös siihen, että kirjasto keskittyy tiettyjen lisätoimintojen järjestämiseen kuten lastenkirjastotyöhön. Muuta ylimääräistä

toimintaa yksi henkilö ei ehdi järjestää. Toinen heikkous on audiovisuaalisen aineiston määrärahojen vähyys. Toisaalta kirjasto pienellä budjetilla on pystynyt pitämään kaksi toimipistettä avoinna ympäri vuoden. Lomautuksia ja säästövaatimuksia ei ole ollut.

Kirjaston mahdollisuudet liittyvät Keski-kirjastojen tarjoamaan hyvään yhteistyöhön. Lisäksi kirjasto voi järjestää yhteistyötä entistä enemmän muiden toimijoiden, kuten päivähoiton ja Mannerheimin lastensuojeluliiton Luhangan paikallisosaston kanssa.

Kirjaston uhat liittyvät mahdollisesti lainsäädäntöön, mikä voi tuoda muutoksia tulevaisuudessa. Toinen uhkakuvana on kirjaston toimipisteen lakkauttaminen.

|  |   |
|--|---|
| <b>VAHVUUDET</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 2 toimipistettä</li> <li>* Ammattitaitoinen henkilöstö</li> <li>* Hyvä yhteistyö koulujen ja kunnan eri tahojen kanssa</li> <li>* Monipuolinen yhteistyö eri kirjastojen kanssa</li> <li>* Keski-kirjastot kirjastoverkko</li> <li>* Kirjastojen hyvät kokoelmat (erityisesti kirjakokoelma)</li> <li>* Hyvät kirjamäärärahat</li> <li>* Hyvät atk-laitteet sekä henkilöstölle että asiakkaille</li> </ul> | <b>HEIKKOUEDET</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Haavoittuva kirjastotoimi: pieni henkilöstö</li> <li>* Yhden ihmisen työmäärä on suuri ja osattava hallita paljon asioita</li> <li>* Pienet tilat</li> <li>* Muun aineiston (audiovisuaalisen aineiston määrärahojen vähyys)</li> </ul> |
| <b>MAHDOLLISUUDET</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Yhteistyömahdollisuuksien lisääminen kunnan päivähoiton kanssa</li> <li>* Keski kirjastojen yhteistyö</li> </ul>  | <b>UHAT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Lainsäädäntö voi tuoda muutoksia</li> <li>* Kirjaston/kirjastojen lakkauttaminen</li> </ul>  |

Kuvio 1. Luhangan sivistystoimen SWOT-analyysi.

## 3 TOIMINTATUTKIMUS

### 3.1 Toimintatutkimuksen käsitteitä ja kehittäminen

Opinnäytetyön tekeminen on tieteellistä tutkimusta, jota tehdään tieteellisen tutkimuksen perinteiden mukaan. Tieteellisen tutkimuksen lähtökohtina ovat tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset ja niihin ratkaisujen löytäminen yleisesti hyväksytyjä menetelmiä käyttämällä. Tieteellisen tutkimuksen lajeja ovat perustutkimus ja soveltava tutkimus. Perustutkimuksen avulla etsitään uutta tietoa, jota luodaan tieteen itsensä vuoksi. Soveltavalla tutkimuksella tarkoitetaan käytäntöön sovellettua tutkimusta, jonka tarkoitus on luoda uusia tai entistä parempia tuotteita, tuotantovälineitä tai -menetelmiä ja palveluita. (Ojasalo, 2014, 18-19.)

Tässä opinnäytetyössä käytetään toimintatutkimusta tieteellisenä tutkimustapana. Toimintatutkimus tarkoittaa tutkimusstrategiaa, jolla kehitetään prosesseja, jotka tähtäävät toiminnan muuttamiseen ja kehittämiseen entistä paremmiksi. (Anttila, 2007, 135.) Se on käytännön työelämässä työskentelevien ihmisten oman työn tutkimista ja kehittämistä ja viittaa nimensä mukaisesti siihen, että tutkimus ja toiminta ovat samanaikaista ja tutkijoiden ja työelämässä toimivien ihmisten yhteistä toimintaa, eikä pelkästään tutkijoiden harjoittamaa tieteellistä toimintaa. Siinä on kyse pysyvästä muutoksesta, lupaus paremmasta. (Kananen, 2014a, 11.) Toimintatutkimus pyrkii muutokseen, tutkijan osallistumisen muutokseen ja muutoksen toteutukseen ja eroaa kehittämistutkimuksesta siinä, että toimintatutkimuksessa tutkija kuuluu oleellisesti mukaan kehittämiskohteen toimintaan (Kananen, 2012, 38- 41).

Toimintatutkimus suuntautuu käytännön ongelmien ratkaisemiseen erilaisissa organisaatioissa ja on luonteeltaan siihen osallistuvien henkilöiden oppimis- ja kasvuprosessi. (Kananen, 2014a, 11.) Tällä tutkimustavalla etsitään tietoa käytännön kehittämiseen ja pyritään kehittämään käytäntöjä entistä paremmiksi. Se tutkii erityisesti vuorovaikutteista sosiaalista toimintaa ja sitä, kuinka ihmiset kohdistavat toimintansa toisiin yksilöihin ja huomioivat heidät toiminnassaan. Lisäksi tätä tieteellistä tutkimustapaa pidetään yleensä ajallisesti rajattuna tutkimus- ja kehittämisprojektina, jossa tehdään ja kehitetään uusia toimintatapoja. (Heikkinen, 2007, 16-17.)

Taulukko 1. Toimintatutkimuksen vertailua muihin tutkimusmuotoihin (Kananen, 2014a, 27)

|                   | Toimintatutkimus  | Perustutkimus                               |
|-------------------|---|---|
| Tavoite           | Ongelmien ratkaiseminen   | Tieto, totuuden löytyminen                  |
| Tutkimuksen kohde | Organisaatioiden ja yhteisöjen ongelmat                           | Mitä pidetään tärkeänä                      |
| Halutut tulokset  | Välitön toiminta: ongelmien ratkaiseminen mahdollisimman nopeasti | Teoria                                      |
| Yleistäminen      | Tässä ja nyt  | Mahdollisimman laaja                        |
| Perusoletukset    | Työyhteisön jäsenet itse voivat ratkaista ongelmat                | Maailma on mallinnettavissa, koostuu osista |
| Arviointi         | Osallistujien tuntemukset prosessin aikana                        | Reliabiliteetti, validiteetti               |

Kehittäminen on konkreettista toimintaa, jolla pyritään selkeästi määritellyn tavoitteen saavuttamiseen. Onko kyse toimintatavan vai toimintarakenteen kehittämisestä? Toimintatavan kehittämisestä puhutaan silloin, kun toiminta koskee työntekijän työskenteilyn kehittämistä tai laaja-alaisemmin koko organisaation yhteisen toimintatavan parantamista. Toimintarakenteen kehittäminen tähtää organisaation rakenteellisiin uudistuksiin esim. yhdistelemällä eri organisaatioita tai luomalla kokonaan uusia organisaatioita. (Toikko, 2009, 14.) Tässä opinnäytetyössä pyritään kehittämään organisaation toimintatapaa ottamalla käyttöön ja kehittämällä sosiaalista mediaa kirjastossa.

Toimintatutkimus on rinnastettavissa kehittävään työntutkimukseen (Engeström, 1995; Anttila, 2007, 135). Tutkimusstrategioiden ero perustuu siihen, että toimintatutkimuksessa tutkija on mukana kehittämistoiminnassa, sen sijaan näin ei ole kehittämistutkimuksessa. Toimintatutkimus luokitellaan pääosin laadulliseksi eli kvalitatiiviseksi tutkimukseksi, joka pyrkii ilmiön kuvaamiseen, ymmärtämiseen ja tulkinnan antamiseen. Laadullisella tutkimuksella tähdätään ilmiön syvälliseen ymmärtämiseen, kuvaamiseen ja selittämiseen. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus on sen sijaan tutkimusta, joka käyttää tilastollisia tai muita määrällisiä keinoja. Kvalitatiivinen tutkimusote sopii tilanteisiin, jossa ilmiöstä ei ole tutkittua tietoa tai teorioita, ilmiöstä pyritään saamaan syvälinen näkemys, tehdään uusia teorioita ja hypoteeseja. Toimintatutkimuksessa tutkimusmenetelminä toimivat sekä laadulliseen että määrällisen tutkimisotteeseen soveltuvat mixed method -tutkimusstrategiat. (Kananen, 2014, 20-23; Kananen 2014b, 17.)

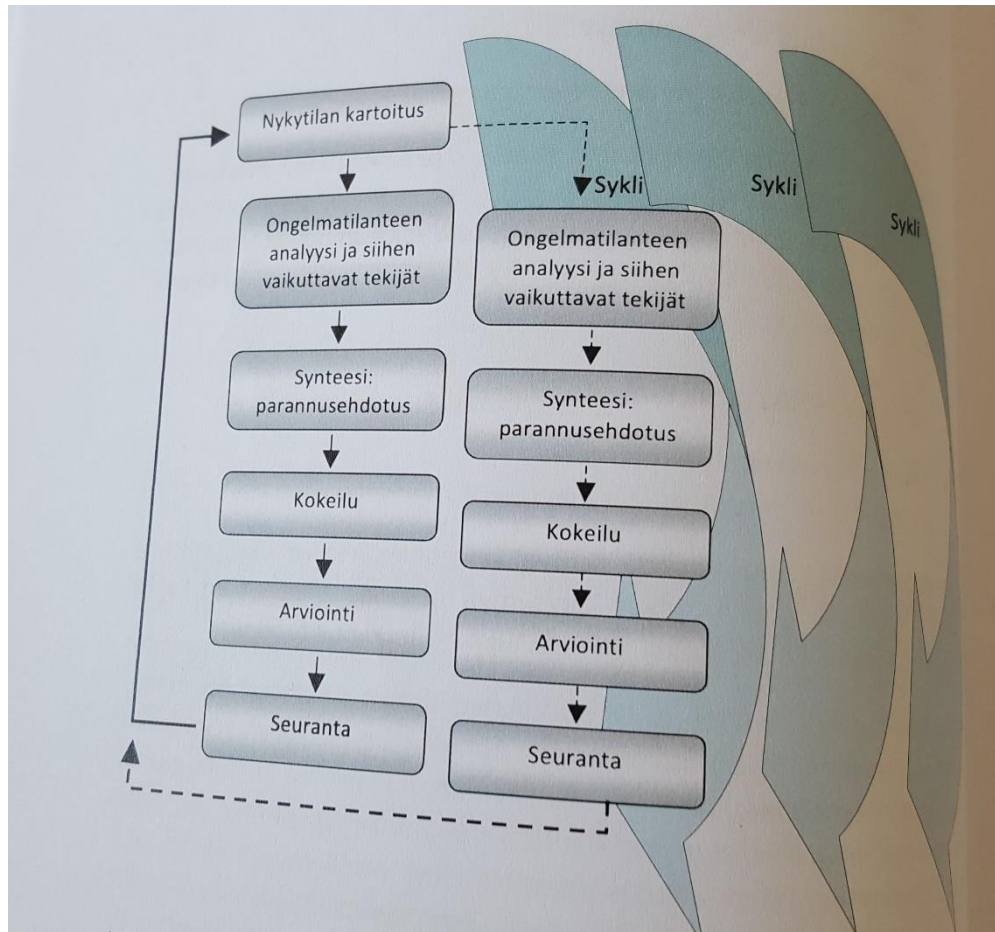


### 3.2 Toimintatutkimuksen vaiheet ja sykli

Toimintatutkimus pyrkii kehittämään uusia taitoja tai lähestymistapoja sekä ratkaisemaan käytännön ongelmia ja sitä käytetään tilanteissa, joissa toiminnan avulla muutetaan jotakin ja samanaikaisesti pyritään ymmärtämään muutosta ja saamaan siitä lisää tietoa. Toimintatutkimusprosessiin liittyy tutkittavien aktiivinen rooli muutos- ja tutkimusprosesseissa. Tutkija ja tutkittavat ovat yhteistyössä ja osallistuvat yhdessä tutkimukseen. Toimintatutkimus on käytännönläheistä ja ongelmakeskeistä. (Anttila, 2007, 135-136.)

Toimintatutkimuksen etenemistapa on syklinen. Toimintaa pyritään parantamaan uusien kierrosten aikana. (Anttila, 2007, 135.) Tässä tutkimustavassa pyritään ensin määrittelemään ongelma, sitten tutkimaan ongelmaa ja sen jälkeen analysoimaan ongelman syitä ja seurauksia. Seuraavassa vaiheessa esitetään ratkaisu, jota testataan ja jonka pohjalta muokataan ratkaisu. Tämän jälkeen uutta ratkaisua kokeillaan ja testataan ja lopuksi tehdään johtopäätökset. (Kananen, 2014a, 35.) Toimintatutkimuksen vaihekaavioita on useita. Anttilan (2007, 136) mukaan toimintatutkimuksen spiraalimaiseen etenemiseen kuuluvat seuraavat vaiheet: suunnittelu, toiminta, havainnointi ja reflektointi useina kierroksina. Syklin yksi kierros luo perustan seuraavalle kierrokselle. Jokaiseen kierrokseen kuuluvat suunnittelu, suoritusvaihe ja uusien tosiasioiden havaitseminen ja havaintojen teko toiminnan tuloksista ja niiden pohjalta tehty reflektointi. (Anttila, 2007, 136.)

Kanasen mukaan (2014a, 35-38) toimintatutkimuksen vaiheissa ja sykleissä tilanteen kartoitukseen ja ongelman määrittelyyn on varattava riittävästi aikaa, jotta ongelman ja siihen vaikuttavien tekijöiden analysointi on tarpeeksi syvällistä. Toinen huomionarvoinen asia on se, että tutkimuksella tulee olla selvät, mitattavat tavoitteet, joita ilman tuloksen mittaushetkellä onnistumisen arviointi ei onnistu hyvin. Ongelman nimeämisvaiheen jälkeen ongelma määritellään tarkasti, mikä on toiminnan onnistumisen perusedellytys. Kun ongelma on määritelty, niin se pystytään muuttamaan tutkimuskysymykseksi ja näin ollen saamaan tietoa ongelman ratkaisemiseksi ja poistamiseksi. Prosessin eri vaiheissa tulee miettiä oikeita kysymyksiä. Mitä on tehtävä ongelman ratkaisemiseksi?



Kuvio 2. Toimintatutkimuksen vaiheet ja sykli (Kananen, 2014a, 34)

Toimintatutkimuksessa toimintaa kehitetään reflektiivisellä ajattelulla. Reflektiivisyys mielletään ajatteluksi, jossa ihminen eli ajatteleva subjekti tarkastelee ajattelun objektien sijaan itseään ajattelevana subjektina. Omat ajatukset ja kokemukset ovat tutkimusaineistoa. Toimintatutkimusta pidetäänkin interventioon perustuvana, käytännönläheisenä, osallistavana, reflektiivisenä ja sosiaalisena prosessina. Tässä tutkimustavassa käytäntö ja teoria yhdistyvät, joten se on käytännönläheistä tutkimusta. Osallistavuudella tarkoitetaan tässä yhteydessä sitä, että toimintatutkimuksessa on tutkijan ohella mukana muita ihmisiä. Sosiaalisella prosessilla kuvataan tämän tutkimustavan syklimaista toimintaa. (Heikkinen, 2007, 27-34.) Tutkija ja tutkimuksen kohde ovat aktiivisia toimijoita ja sosiaaliset taidot ovat tärkeitä (Kananen, 2014a, 67).

### 3.3 Tutkimusasetelma

Tämä opinnäytetyö on toimintatutkimusta, sillä tutkija on mukana tutkimuksen tekemisessä. Tutkimuksen tavoitteena on tutustua yleisten kirjastojen käytössä olevaan sosiaaliseen mediaan ja perustaa Luhangan kunnankirjastolle omat Facebook-sivut.

Tämän työn viitekehys pohjautuu sosiaaliseen mediaan yleensä yleisissä kirjastoissa, medialukutaitoon, informaatiolukutaitoon ja yhteisöllisyyteen. Teoriaosuudessa sosiaalisessa mediassa esitellään lyhyesti OKM:n tavoitteita kirjastojen sosiaalisen median tarjonnalle ja kerrotaan kirjastojen tämänhetkisestä sosiaalisesta mediasta yleensä, millaista se on ja tutustutaan eri somen muotoihin kirjastossa eli mitä sosiaalisen median palveluja on käytössä yleisissä kirjastoissa..

Seuraavaksi on kirjoitettu medianlukutaidosta ja mediakasvatuksesta ja on ajateltu niiden liittyvän oleellisesti sosiaalisen median esilletuomiseen kirjastoissa. Lisäksi media-lukutaidon teoriaa on esitelty lyhyesti.

Informaatiolukutaito on entistä tärkeämpi taito nyky-yhteiskunnassa ja sitä on tuotu esille lyhyesti. Mitä informaatiolukutaito on yleisissä kirjastoissa? Millainen on informaatiolukutaidon ja sosiaalisen median välinen suhde?

Yhteisöllisyys on entistä yleisempää tällä hetkellä. Sosiaalisessa mediassa yhteisöllisyys on avainasemassa ja siksi tässä opinnäytetyössä on pyritty selvittämään yhteisöllisyyttä kirjastomaailmassa. Mitä yhteisöllisyys on kirjastomaailmassa ja kuinka se ilmenee sosiaalisessa mediassa?

Tiedonhankintamenetelminä on käytetty kyselyjä, teemahaastattelua ja benchmarking-prosessia. Kyselyjä on tehty kahdenlaisia: lomakekysely ja Webropol-kysely. Lomakekysely on suunnattu kirjaston asiakkaille ja kyselyssä kyseltiin Facebookista muutama taustakysymys ja avoin kysymys. Webropol-kysely tehtiin puolestaan Keski-kirjastojen kirjastohenkilöstölle ja siinä pyrittiin selvittämään Keski-kirjastojen Facebook-sivuja ja millaista muuta sosiaalista mediaa Keski-kirjastoilla on. Teemahaastattelu suunnattiin kolmelle sosiaalisen median asiantuntijalle sosiaalisesta mediasta ja ennen kaikkea Facebookista. Benchmarking tehtiin Uuraisten ja Luhangan kunnankirjastojen kesken. Siinä pyrittiin vertaamaan sosiaalista mediaa tarjoavaa Uuraisten kunnankirjastoa sosiaalisen median tarjontaa aloittelevan Luhangan kunnankirjaston kesken.

## 4 KIRJASTOT JA SOSIAALINEN MEDIA

### 4.1 Kirjastolain tavoitteisiin ja OKM:n tavoitteiksi

Kirjastolain mukaan yleisten kirjastojen kirjasto- ja tietopalvelujen tehtävinä on taata väestön yhtäläisiä mahdollisuuksia sivistykseen, kirjallisuuden ja taiteen harrastukseen, jatkuvaan tietojen, taitojen ja kansalaisvalmiuksien kehittämiseen, kansainvälistymiseen sekä elinikäiseen oppimiseen. Kirjastotoiminnassa tavoitteena on myötävaikuttaa myös virtuaalisen ja vuorovaikutteisten verkkopalvelujen ja niiden sivistyksellisten sisältöjen kehittymistä. ”Yleisen kirjaston tehtävänä on tarjota tiloja oppimiseen, harrastamiseen, työskentelyyn ja kansalaistoimintaan.” Kirjastojen asiakkaille tulisi olla pääsy aineistoihin, tietoon ja kulttuurisisältöihin. (Aaltonen, 2017.)

Yleisen kirjaston perustehtävänä on järjestää tietopalvelua, ohjausta ja tukea tiedon hankintaan ja käyttöön sekä monipuoliseen lukutaitoon. 1.1.2017 voimaantulleen uuden kirjastolain mukaan kirjastojen tulee ylläpitää demokratiaa, tasa-arvoa ja sananvapautta. Edelleenkin kirjastoilla tulisi olla monipuolinen ja uudistuva kokoelma. (Kirjasto-lehti.fi.)

Jo Kataisen hallitusohjelman tavoitteisiin ja toimenpiteisiin on kirjattu kansalaisen tietohuollon yhdeksi tavoitteeksi kirjastojen roolin jäsentäminen sivistyksellisten verkkosisältöjen järjestäjänä, tekijänä, jakelijana ja käyttöön saattajana (OKM, 2009, 25). Opetusministeriön Kirjastopolitiikka 2015 -ohjelmassa on määritelty kansalliset strategiset painoalueet Suomen yleisten kirjastojen toiminnalle. Kirjastopolitiikan mukaan kansalaisille tulee taata käyttäjälähtöinen tietohuolto, jonka avulla varmistetaan yleisten kirjastojen kehittymistä hybridikirjastoiksi. Hybridikirjastolla tarkoitetaan kirjastoa, joka perinteisen palvelutoiminnan lisäksi tarjoaa asiakkailleen digitaalista aineistoa. Kyseessä voi olla fyysisen kirjaston lisäksi kirjastoauto. Kirjastojen verkkopalveluita räätälöidään kansalaisten tietotarpeiden mukaisiksi. Tällöin kirjasto-osaaminen on keskeistä. (OKM, 2009, 7-12.)

Uudemmassa OKM:n julkaisussa (2010) kirjastopalveluita tulee järjestää sinne, missä ihmiset ovat, yhtä hyvin fyysisessä kuin virtuaalisessa tilassa. Asiakkaat tarvitsevat laadukkaita ja monipuolisia verkkopalveluita entistä enemmän. Näin ollen kirjastojen tulee tarjota asiakkailleen ajantasaisia sisältökeskeisiä verkkopalveluita. Asiakkaat tarvitsevat myöskin yhä enemmän tiedonhallintataitojen opastamista, jota kirjastot tarjoa-

vat yhtenä palvelunaan. (OKM, 2010, 37.) Opetusministeriön Kirjastostrategiassa 2010 on kerrottu yleisten kirjastojen toimintaan liittyviä visioita, haasteita ja toimenpiteitä. Kirjastostrategiaan yhdeksi kehittämistavoitteeksi on kirjattu kansalaisten digitaalisen tietohuollon takaaminen kehittämällä kirjasto- ja tietopalveluja ja julkisen hallinnon sähköistä asiointia yhteisenä verkkopalveluna. (OKM, 2003, 8.)

Kirjastopolitiikan 2015 vuoden ohjelman yhtenä keskeisenä tavoitteena on tarjota ja välittää asiakkailleen sisältökeskeisiä kirjastopalveluita, joihin täytyy panostaa enemmän nykyisessä verkottuneessa tietoyhteiskunnassa. Tiedonhaun opastukseen ja tiedon arvottamisen osaamiseen tulee perehtyä entistä laajemmin. Tälle onnistumisen edellytys on riittävän ammattitaitoisen kirjastohenkilöstön saatavuus kirjastoihin. (OKM, 2009, 5.)

Suomen kuntaliiton sivistyspoliittisen ohjelman visiossa vuodelle 2020 on mainittu kirjastopalveluiden yhdeksi tavoitteeksi tarjota laajalle käyttäjäkunnalle tasapuolisesti ja tasavertaisesti asuinpaikasta riippumatta kiinnostavia ja hyödyttäviä kirjastopalveluita, joita välitetään monikanavaisina fyysisten palveluiden ohella verkko- ja mobiilipalveluina. Näin ollen kirjastolaitos saisi asiakkakseen myös niitä kuntalaisia, jotka eivät käy kirjastossa, mutta jotka voisivat hyötyä kirjaston tarjoamista palveluista esim. sosiaalisen median kuuluvista palveluista. Lisäksi kirjastoissa asiakkaita pyritään perehdyttämään uusimpaan mediateknologiaan ja opettamaan heille medialukutaitoja. (Kuntaliitto, 2011, 51.)

#### 4.2 Yleistä sosiaalisesta mediasta

Sosiaalinen media on käytännössä erilaisia verkkopalveluita, joissa käyttäjät tekevät itse sisältöjä, kuten kuvia, tekstejä, linkkejä eri muodoissa ja kommunikoivat keskenään. (Haasio, 2011, 123; Social media, 2015, 10-11.) Pesosen (2013, 21) mukaan sosiaalisella medalla käsitetään verkkoviestintäympäristöjen kokonaisuutta, jossa jokainen sosiaalisen median palvelun käyttäjä luo itselleen oman käyttäjätilin, ilmoittaa itsestään henkilötietoja ja omistaa näkyvän, yksilöidyn profiilisivun.

Sosiaalisen median verkkopalveluita eli some-palveluita ovat ensi sijaisesti ne verkkopalvelut, joiden käyttötarkoitus pohjautuu mm. keskusteluun, sisältöjen tuottamiseen ja jakamiseen tai verkostoitumiseen (Pönkä, 2014, 36). Ajallisesti monet muodot ja palve-

lut syntyivät ja perustettiin vuosien 2004-2009 välisenä aikana, jolloin ne levisivät maailmanlaajuisesti asiakkaidensa käyttöön (Pönkä, 2014, 11).

Sosiaalisen median palvelut ovat suosittuja, sillä vuonna 2014 niihin oli perehtynyt noin neljännes maailman ihmisistä (Pönkä, 2014, 12). Jo vuonna 2011 lähes puolet suomalaisista (46 %) on liittynyt eri verkkoyhteisöpalveluiden käyttäjiksi (Almgren & Jokitalo, 2011, 49). Sosiaalinen media yhdistää samoista aiheista kiinnostuneita ihmisiä yhteen ja yhdistävä tekijä voi näin ollen olla harrastus, ammatti, paikkakunta, ajankohtainen uutinen tai sama ihailun kohde. Some leviää siten, että samoista asioista kiinnostuneet hakeutuvat verkossa samoista asioista kiinnostuneiden seuraan. (Pönkä, 2014, 11-12.)

Sosiaalisen median palveluita käytetään usein ammatillisten intressien vuoksi; seurataan omaa alaa tai yrityksen toimintaan liittyvää sosiaalista mediaa. Toisaalta sitä käytetään tiedonhankintakanavana. Kolmas käyttömuoto on vapaa-ajan toiminta. (Haasio, 2011, 124.)

Sosiaalisen median käyttäjistä suurin osa on Suomessa alle 45-vuotiaita. Toisaalta käyttö lisääntyy eniten vanhempien ikäluokkien keskuudessa. Tosin käyttäjät ovat kaikenikäisiä ja he kuuluvat kaikkiin sosiaali-, koulutus- ja ammattiryhmiin. (Pönkä, 2014, 37.)

Sosiaalisen median palveluiden käyttäjiä voidaan arvioida myös osallistumisaktiivisuuden mukaan, sillä moniin verkkopalveluihin sopii 80-20-sääntö, jossa 20 % käyttäjistä tuottaa 80 % kaikesta sisällöstä ja vastaa vuorovaikutuksesta 80 %. Sen sijaan 80 % käyttäjistä toimii lähes tai kokonaan passiivisesti. Tämä sääntö on toiselta nimeltään Pareton periaate. (Pönkä, 2014, 37.)

Sosiaalisesta mediasta alettiin puhumaan laajemmin käsitteillä web 2.0 tai sisarkäsitteillä kirjasto 2.0 tai verkko 2.0 vuonna 2005. Web 2.0 käsitti sosiaalisen median eri muotoja tai palveluita, kuten blogeja ja wikejä. Termin ottivat käyttöön amerikkalaiset Tim O'Reilly ja Douglas Dougherty loppuvuonna 2004, kun he alkoivat selvittää interaktiivisia ja käyttäjälähtöisiä palveluita, jotka poikkesivat alkuaikojen perinteisistä verkkopalveluista. Web 2.0 käsitettä käytettiin yleisesti vuosina 2005-2010. Nykyisin käsite web 2.0 ei ole enää käytössä. (Kirjasto 2.0, 2009, 13; Haasio, 2011, 123-124; Haasio, 2013, 9-10; Pönkä, 2014, 34.)

Netin käyttäjiä voidaan ryhmitellä karkeasti kuuteen tyyppiin sillä perusteella, kuinka he verkkoa käyttävät ja mitkä asiat ovat heille merkityksellisiä. Ylen vuosina 2010 ja 2013

Researchilta teetettämien kyselytutkimusten mukaan verkon käyttäjät voidaan luokitella seuraaviin tyyppeihin: tyytyväiset (17 %), funktionaaliset (15 %), tiedonjanoiset (16 %), sosiaaliset (19 %), teknologiset (18 %) ja aktiiviset (15 %). (Pönkä, 2014, 39.)

Tyytyväiset verkkopalveluiden käyttäjät käyttävät verkkopalveluita varsin suppeasti ja useimmiten tiedonhakuun ja ajan kuluttamiseen. He ovat vähään käyttöön tyytyväisiä. Funktionealiset käyttäjät tarvitsevat verkkopalveluita asioiden hoitamiseen ja tiedonhakuun. Tiedonjanoiset puolestaan käyttävät verkkoa aktiivisesti uutisten ja muiden ajankohtaisten asioiden seurantaan ja he käyttävät verkkopalveluita monipuolisesti. Sosiaaliset verkkokäyttäjät käyttävät verkkopalveluita valtaosin sosiaalisten suhteidensa hoitamiseen. Teknologisille verkkopalveluiden käyttäjille tärkeintä on laitteiden teknologia. Heistä kolmasosa aktiivisesti pelaa erilaisia pelejä. Aktiiviset käyttäjät käyttävät verkkopalveluita kaikenlaisessa toiminnassaan ja he ovat ennakkoluulottomia ja sosiaalisia käyttäjiä. (Pönkä, 2014, 39-41.) Verkko-yhteisöpalvelut kuuluvat useimmiten sosiaalisten (85 %), teknologisten (71 %) ja aktiivisten (84 %) verkon käyttökohteisiin (Almgren & Jokitalo, 2011, 49).

Sosiaalisen median palveluita voidaan jakaa Haasion (2013, 10-11) mukaan 8 eri ryhmään, joita ovat blogit, wikit, yhteisöpalvelut kuten Facebook, kuvapalvelut kuten Flickr ja Pinterest, dokumenttien jakopalvelut kuten GoogleDocs/Google Drive, linkkien ja uutisten jakopalvelut, kuten Reddit, mikroblogipalvelut, kuten Twitter ja virtuaalimaailmat kuten Habbo Hotel. Käytetyimpiä sosiaalisen median palveluita ovat Facebook, erilaiset blogit, Wikipedia, Twitter ja Google+ (Haasio, 2011, 123).

Teoksessa Ote informaatiosta Katri Lietsala ja Esa Sirkkunen (2014, 273-274) ovat lajitelleet sosiaalisen median palveluita lajityypeittäin tuotanto- ja julkaisuvälineiksi, jakelusivustoiksi, verkkosivustoiksi, yhteistuotannon palveluiksi, virtuaalimaailmoin ja liitännäisiksi. Heidän mukaansa tuotanto- ja julkaisuvälineitä ovat blogit, wikit ja podcastit. Jakelusivustoihin kuuluvat Flickr, You Tube, Delicious ja Digg. Verkkosivustoiksi on lueteltu LinkedIn, Facebook, Friendstar, MySpace ja IRC-Galleria. Yhteistuotantoon on nimetty OhmyNews, Wikipedia, Star Wreck. Virtuaalimaailmoina pidetään Second Lifeä, Habbo Hotelia ja World of Warcraft. Liitännäisiä puolestaan ovat Google Maps, RockYou, Amazon Grapevine ja Friends for Sale.

Taulukko 2. Sosiaalisen median (alustavia) lajityyppejä ja toimintamuotoja (Lietsala & Sirkkunen, 2014, 274)

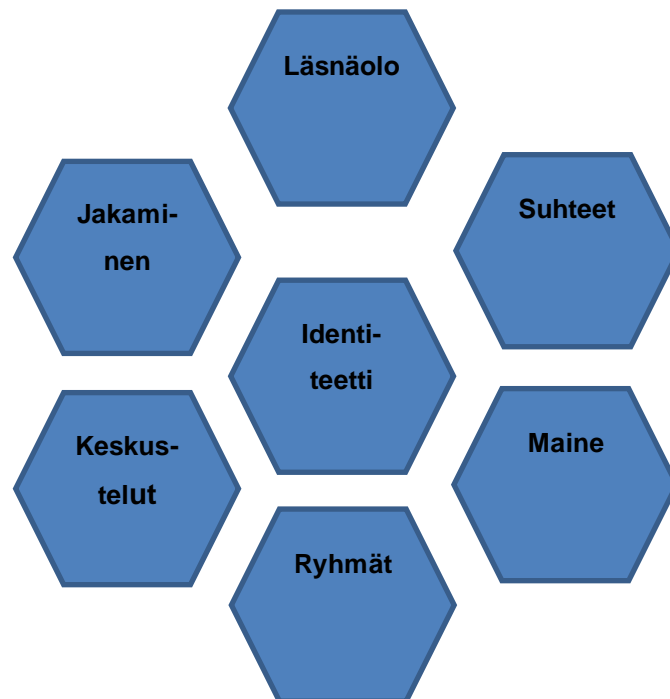
| LAJITYYPPI:                 | PERUSKÄYTÄNNÖT:   |
|-----------------------------|---|
| Tuotanto- ja julkaisuväline | Tuotetaan, julkaistaan ja levitetään aineistoa.   |
| Jakelusivusto               | Jaetaan kaikenlaista aineistoa muille käyttäjille.  |
| Verkkosivusto               | Ylläpidetään vanhoja verkostoja, rakennetaan uusia, tuodaan esiin omaa olemassaoloa ja osaamista.   |
| Yhteistuotanto              | Osallistutaan yhteisesti rakennettaviin tuotoksiin.   |
| Virtuaalimaailma            | Pelataan, koetaan ja eletään virtuaalisissa ympäristöissä.  |
| Liitännäinen                | Omaksutaan käytäntöjä yhdeltä sivustolta toiselle, muunnetaan jokin palvelu toisen sivuston ominaisuudeksi ja lisätään ulkopuolisten kehittämällä sovelluksilla uutta käyttöarvoa olemassa oleviin yhteisöihin ja sosiaalisen median sivustoihin. |

Sosiaalista mediaa pidetään entistä tärkeämpänä tiedonhankintakanavana. Hakukoneiden avulla voidaan etsiä ja löytää ajankohtaista ja tuoretta sosiaalisen median eri palveluiden uutisvirtaa ja voidaan etsiä tietoa siitä, mitä jostain aiheesta on aikaisemmin julkaistu esim. Facebookissa tai Twitterissä. Tällainen hakukone on Social Searcher, joka etsii kirjoituksia Facebookista, Twitteristä ja Google+- palveluista. Social Searcherin avulla voi halutessaan etsiä linkkejä, päivityksiä, kuvia tai videoita. UVRX hakukonetta voi käyttää lisäksi LinkedInistä tehtäviin hakuihin. UVRX etsii eri sosiaalisen median palveluista löytyvää tietoa henkilöistä. Social Searcherille toimii vaihtoehtona Whoistalkin. Twitteristä voi etsiä vanhoja twiittejä Twitterin tarkennetun haun avulla. Tweetbeepin avulla on mahdollista hakea twiittejä ja seurata reetwiittaajia. Iconosquare on hakukone Instagramin sisältöjen hakemiseen. Googlen blogihakua ja kotimaista blogilistaa käytetään blogien etsimiseen. Netvibes mahdollistaa uutisvirran ajan tasalla pysymisen. (Haasio, 2015, 113-115.)

Sosiaalisen median palveluita voidaan tarkastella Gene Smithin esittelemän ”hunajakennon” mukaisesti seitsemän elementin avulla. Kuvion elementit ovat: identiteetti, läsnäolo, suhteet, maine, ryhmät, keskustelut ja jakaminen. Useisiin sosiaalisen median palveluihin liittyy vähintään kolme näistä elementeistä; kaksi tärkeää elementtiä ja yksi tai useampi niitä tukeva elementti. Identiteetti kuvaa eri käyttäjien yksilöllistä tunnistustapaa. Läsnäolo liittyy siihen, kuinka somen käyttäjä havaitsee, kuka löytyy paikan päältä tai olisi käytettävissä tai muutoin lähistöllä. Suhteet kuvastavat käyttäjien



tunnistustapaa ja sitä kuinka vahvassa tai löysässä kontaktissa ihmiset ovat tosiinsa. Maine kertoo sen, millä tavoin käyttäjät tietävät muiden ihmisten aseman palvelussa. Ryhmät liittyvät ryhmien tai yhteisöjen muodostamistapoihin esim. kiinnostuksen perusteella. Keskustelut viittaavat keskustelutapoihin muiden kanssa. Jakaminen on puolestaan osallistujille merkityksellisten asioiden jakamistapa. (Pönkä, 2014, 82.)



Kuvio 3. Some-palvelujen "hunajakenno", alkuperäisidea: Gene Smith, 2007 (Pönkä, 2014, 82)

#### 4.3 Kirjastot ja sosiaalinen media

Kirjastojen muuttuvasta roolista tietoyhteiskunnassa käydään nykyisin paljon keskustelua. Onko sosiaalinen kirjasto eli social library jo olemassa? Laura Hokkanen (2015, 11-12) toi käsitteen esille teoksessaan Sosiaalinen kirjasto: lukemattomien mahdollisuuksien maailma. Sosiaalisen kirjaston käsitteen yksi tulkinta on Hokkasen mukaan se, että kirjasto tuottaa sosiaalista mediaa, kirjaston käyttö on helpompaa ja mahdollis-

ta jopa kotoa käsin. Kirjaston henkilöstö opettelee käyttämään erilaisia sovelluksia ja laitteistoja ja tarjoaa asiakkailleen niiden käytön opetusta. Toinen tulkinta on se, että sosiaalinen kirjasto käsitetään tulevaisuudessa tiedonhakua parantavana teknisenä ja arkea helpottavana paikkana. Tällöin puhutaan internetin roolista kansalaisoikeutena. Kolmannessa tulkinnassa kirjastojen rooli olisi enemmältikin sosiaalityön kaltaista: ihmisten auttamista, yksinäisyyden torjumista ja ihmisten yhdenvertaista kohtelua. Mil-laiseksi kirjaston rooli lähitulevaisuudessa kehittyy? Vaikuttaako sosiaalisen median palveluiden tarjonta kirjastojen roolin muuttumiseen?

Miksi kirjastot tarjoavat sosiaalista median palveluita asiakkailleen? Perustelu tälle voisi olla se, että tällä tavoin kirjastot tavoittavat uusia asiakkaita. Asiakkaita, jotka eivät käytä perinteisiä kirjastopalveluita. Sosiaalisen median avulla asiakkaat voivat paremmin osallistua kirjastojen palvelu- ja tapahtumatuotantoon, olla itse osallisina luomassa aineistoa verkkoon. Samalla se mahdollistaa uudenlaisen kirjastokulttuurin syntymisen verkossa esim. erilaiset verkkolukupiirit ja aineistosuosituksset. (Haasio, 2013, 14.)

Sosiaalista mediaa kirjastojen kannattaisi Haasion mukaan hyödyntää seuraavien tavoitteiden mukaisesti kirjastotyössä: ulkoiset tai sisäiset viestinnälliset tavoitteet, markkinoinnin tavoitteet, kulttuuriset tavoitteet, tiedolliset tavoitteet, kirjastopoliittiset tavoitteet ja imagolliset tavoitteet. Ulkoisiin viestinnällisiin tavoitteisiin käytännössä kuuluvat tapahtumien tiedottamiseen liittyvät toimenpiteet, esim. Facebookin ja Twitterin hyödyntäminen. Tietoyhteiskunnassa kirjaston tulee entistä enemmän markkinoida toimintaansa ulospäin. Sosiaalinen media on tähän tehokas ja huokea väylä. Sisäisellä viestinnällä voidaan somen avulla viestiä oman organisaation tai oman henkilöstön kanssa, esim. wikin avulla voidaan perehdyttää henkilöstöä. Kokousmuistioita voidaan välittää Doodlen avulla. Kirjaston omaa blogi puolestaan on oiva työkalu kirjaston kehittämässä ja blogia voidaan tarvittaessa jakaa oman organisaation ulkopuolisille jäsenille. (Haasio, 2013-15-16.)

Kulttuuriset tavoitteet liittyvät kirjaston tärkeään yhteiskunnalliseen rooliin, jota sosiaalinen media tukee omalla tavallaan, esim. blogi on hyvä väylä interaktiiviseen toimintaan asiakkaiden kanssa, kuten myös verkossa toimivat lukupiirit. Kirjastopolitiittisten tavoitteiden mukaan esim. kirjaston oma Facebook viestittää kirjaston aktiivista ja nykyaikaista roolia. Dynaaminen kirjasto tarjoaa käyttäjäryhmilleen sosiaalisen median palveluita. Imagollisista tavoitteista puhuttaessa sosiaalinen media voi oleellisesti vaikuttaa siihen, millainen kirjaston imago on asiakkaidensa silmissä. Kirjasto voi itse vaikuttaa paljon siihen, onko kirjaston imago nykyaikainen ja moderni. (Haasio, 2013, 15-16.)

#### 4.4 Kirjastojen sosiaalisen median palveluita

Tässä luvussa on esitelty tunnetuimpia kirjastojen käyttämiä ja tarjoamia sosiaalisen median palveluita. Kirjastojen tarjoamat sosiaalisen median palvelut vaihtelevat kirjastoittain.

##### **Facebook**

Tunnetuin eri kirjastojen käytössä olevista sosiaalisen median yhteisöpalveluista on Facebook. Koska yli miljoona suomalaista on mukana siinä, niin miksei myöskin nykyaikainen kirjasto olisi Facebookissa? Siellä käyttäjät tekevät omat profiilisivut ja ne voivat olla julkisia ja näin ollen yleisesti seurattavissa ilman kaverisuhdetta eri käyttäjien välillä. Käyttäjät seuraavat eri käyttäjien julkaisuja ja voivat jakaa valokuvia, videoita ja linkkejä. (Pönkä, 2014, 84.)

Kirjasto voi hyvin aloittaa sosiaalisen median palveluiden tarjonnan Facebookilla, sillä se on hyvin verkostoinut ja suosittu palvelumuoto (Thomsett-Scott, 2014, 11). Yleensä ottaen Facebookissa kirjasto voi tehokkaasti mainostaa omaa toimintaansa ja tapahtumiaan, viestitellä tehokkaasti sisäisesti ja ulkoisesti ja tavoitella erityisesti niitä asiakkaita, jotka ovat aktiivisia ja pyrkivät ajantasaisesti seuraamaan kirjastoa koskevia uutisia ja tapahtumia. Lisäksi asiakas voi arvioida kirjaston verkkoon tuottamia sisältöjä. (Haasio, 2013,35-36.)

Facebook voi tavoittaa myös passiivia asiakkaita, kun passiiviset asiakkaat seuraavat aktiivisten asiakkaiden ”tykkäyksiä” kirjastosivuilla (Thomsett-Scott, 2014, 13). Tämän ohella on mahdollista seurata uutissyötteitä (Pönkä, 2014, 84). Tärkeää kirjastolle Facebookissa on vuorovaikutteinen keskustelu, jolloin kirjasto voi verkostoitua hyvin asiakkaiden ja alan toimijoiden kesken (Haasio, 2013, 38). Haasion mukaan käyttäjä voi pitää yhteyttä ystävien kanssa, löytää uusia samanhenkisiä ystäviä, etsiä ja löytää vanhoja ystäviä, pelata erilaisia nettipelejä, tehdä erilaisia persoonallisuustestejä, jakaa valokuvia, keskustella reaaliaikaisesti, liittyä eri harrasteryhmiin ja toimia niissä, luoda omia ryhmiä esim. yhdistyksille ja hakea seuraa (Haasio, 2011,133).

## Twitter

Facebookin ohella toinen tunnettu sosiaalisen median yhteisöpalvelu on Twitter (Haasio, 2011, 132). Twitter eli mikroblogi mahdollistaa 140 merkkiä pitkien viestien eli twiitien kirjoittamisen (Pönkä, 2014, 97). Tämän yhteisöpalvelun suosio on 2010-luvulla lisääntynyt vauhdilla, vaikka se olekaan yhtä suosittu yhteisöpalvelu kuin Facebook. Twitteriä käytetään ajantasaiseen tiedonseurantaan, sillä monet uutiset leviävät nopeammin sen välityksellä kuin tavallisen median avulla. Tätä sosiaalisen median muotoa kutsutaankin näin ollen julkaisualustaksi. Arviolta 10 prosenttia käyttäjistä julkaisee 90 prosenttia lähetetyistä viesteistä eli twiiteistä. (Haasio, 2013, 54-59.)

Twitter on kirjastolle ennen kaikkea tiedotusväline: sen avulla kirjasto voi viestitellä vaikkapa tapahtumistaan, aukioloajoistaan ja blogipostauksistaan ja se mahdollistaa tiedon jakamisen. Kirjasto voi jakaa eteenpäin seurattaviensa henkilöiden ja organisaatioiden julkaisemia linkkivinkkejä ja informaatiota. Haasion mukaan vasta-alkaneiden Twitterin käyttäjien kannattaa seurata seuraavia kirjastoalan toimijoita: British Library, Kirjastolehti, Kirjastoseura, American Library Association, HelMet-kirjastot, Entressen kirjasto, Sellon kirjasto ja Library of Congress. (Haasio, 2013, 54-59.)

## Blogit

Blogi on verkkosivusto, jossa kirjoittaja tai kirjoittavat tuottavat säännöllisesti tekstiä, kuvia, videoita tai muuta sisältöä. Kirjoitukset eli postaukset ovat näkyvillä lukijalle aikajärjestyksessä uusimmasta vanhimpaan. (Haasio, 2013, 60.) Vanhat blogikirjoitukset säilytetään arkistossa (Haasio, 2011, 157). Monet yksityishenkilöt pitävät blogeja ja postauksien kirjoittaminen harrastuksista onkin varsin suosittua (Haasio, 2013, 61).

Bradleyn (2007) mukaan blogien kirjoittajat yleensä kertovat näkemyksistään ja ajatuksistaan. Tosin mikäli aihe on yhteydessä kirjoittajan organisaatioon, niin silloin organisaation näkemykset aiheesta voivat vaikuttaa kirjoittajan näkemyksiin ja tapaan käsitellä aihetta. Blogeissa on uusinta tietoa ylipäätänsä ja uusin postaus tulee aina blogin ylimmäksi aiheeksi ja sitä mukaa sitä vanhemmat postaukset siirtyvät alemmaksi listassa. Blogeissa tärkeää on tuoreus ja ajankohtaisuus ja niissä käsitellään uusia aiheita ja tapahtumia ja ne ovatkin hyvä tiedonlähde silloin kun etsitään uutta tietoa tai uusia tapahtumia. Useimmissa blogeissa näin ollen blogataankin tuoreista tapahtumista ja

uutisista ennemminkin kuin kirjoitetaan itse uutisia. Usein blogeihin liittyy se, että lukijat voivat kommentoida postauksia. Useimmat blogit liittyvät tiettyyn aihepiiriin ja lukijat voivat näin ollen lukea kirjoittajan kaikki samaan aihepiiriin liittyvät postaukset. (Bradley, 2007, 37-38.)

Kirjastojen ylläpitämät blogit käsittelevät tavallisesti kirjastojen tapahtumia, aukioloaikojen muutoksia, esittelevät kirjallisuuden eri genrejä, täydentävät työpajojen toimintaa, tuottavat kirjavinkkejä, esittelevät lukupiirien toimintaa, markkinoivat kirjastojen toimintaa tai pyrkivät kokoamaan yhteisön. Kirjastojen blogit ovat joko asiakkaille tai kirjastoammattilaisille kohdennettuja blogeja. (Haasio, 2013, 62-63.) Suomalaisista netin käyttäjästä lähemmäs 30 prosenttia vierailee blogisivustoilla säännöllisesti ja 9 sadasta blogin lukijasta käy keskustelua ja yksi sadasta kirjoittaa blogeja itse (Suominen ym. 2013, 95-96).

## Wikit

Wikit ovat verkkosivuja, joiden sisältöjä voidaan käsitellä kirjoittamalla uutta sisältöä ja parantelemalla vanhaa sisältöä. Tästä hyvä esimerkki on verkon tietosanakirja Wikipedia, joka on hyvin tunnettu wiki verkkosivujen käyttäjille. (Pönkä, 2014, 130; Thomsett-Scott, 2014, 14.) Wikipediassa kuka tahansa voi muokata artikkeleita ja sieltä löytyy ns. kahvihuone, joka on tarkoitettu verkostoitumiseen eri käyttäjien kanssa. Kahvihuoneessa on teemoina mm. seuraavia aiheita: uutiset, käytännöt, tekniikka, käyttöongelmat, tekijänoikeudet, kielenhuolto ja sekalaiset. (Haasio, 2011, 174.)

Wikeissä kyse on yhteisöllisestä verkkokirjoittamisesta ja tiedon tuottamisesta ja niitä voidaan kirjastomaailmassa käyttää tietyn alan tiedon keräämiseen; esimerkiksi sukututkijat voivat harrastaa sukututkimusta tekemällä oman wikin tai maakunnan kirjailijoista voi kirjasto tehdä vastaavan asiakkaiden avustuksella. Kirjastoilla on mahdollista lisätä keskinäistä yhteistyötään wikien avulla, sillä se on hyvä väline tiedon jakamiseen ja yhteistyöhön. (Haasio, 2013, 84-86.) Kirjastojen lisäksi wikejä on perustettu ryhmätyökaluiksi ja opetusvälineiksi eri yrityksiin ja organisaatioihin (Haasio, 2011, 164).

## **Pinterest**

Sosiaalisiksi kirjanmerkeiksi kutsutaan sosiaalisen median välityksellä jaettuja tai tallennettuja linkkejä. Tästä hyvä esimerkki on Pinterest, johon voi kerätä löytämiään mielenkiintoisia www-sivuja eri aiheiden mukaisesti Pinterest-kuvakokoelmaksi eli tauluiksi. (Pönkä, 2014, 153; Thomsett-Scott, 2014, 16-17.) Suomalainen Entressen kirjasto on yksi tunnetuimmista kirjastoista, jolla on käytössä Pinterest. Entressen kirjastolla on huomattava kuvavalikoima toimintansa esittelyyn sosiaalisessa mediassa. (Haasio, 2013, 190.)

## **Flickr**

Flickriä kutsutaan kuvapalveluyhteisöksi, jossa voi halutessaan esitellä omia kuvia ja videoita ja sieltä löytyy aihepiireittäin kuvia ja videoita, joita käyttäjät tai jäsenet voivat arvioida ja käydä keskustelua. (Haasio, 2014, 188; Pönkä, 2014, 122.) Flickrin ei välttämättä tarvitse liittyä jäseneksi, kuvia ja videoita voidaan etsiä ilman jäsenyyttä (Haasio, 2014, 188). Tässä kuvapalveluyhteisössä käyttäjä voi myös luoda oman kuvalbumin, joka voi olla julkinen tai yksityinen oman mielensä mukaisesti (Haasio, A. & Haasio, M., 2008, 36).

## **YouTube**

YouTubessa voi tuoda julkisuuteen omia videoita ja se on suosittu sosiaalisen median muoto ja nuoret käyttävät sitä paljon. Kuka tahansa voi julkaista YouTubessa videoita ja katsella niitä. Mahdollista on lisäksi musiikkivideoiden katselu ja kuuntelu ja niitä voidaan liittää lisäksi muille www-sivustoille, esimerkiksi verkkolehtien sivustoille, yhteisöpalveluihin ja blogeihin. Videot ovat helposti haettavissa Googlen hakukoneen avulla ja näin ollen YouTuben videoita voidaan jakaa nopeasti eteenpäin. (Pönkä, 2014, 115-116.) Omista suosikeista on mahdollista luoda videokirjasto YouTuben videoista ja sisällöstä ja tilata RSS-syötteitä uutuuksista (Haasio, A. & Haasio, M., 2008, 39). RSS-syöte tarkoittaa selaimeen tai erilliseen lukijaohjelmaan välittyvää syötettä, jonka avulla voi seurata ja lukea mm. eri lehtien uutisia (Haasio, 2011, 180).

## Google+

Google+ palvelu on tunnetuimpia sosiaalisen median palveluita Facebookin ohella, eikä se ole verrattavissa muihin sosiaalisen median palveluihin. Google+ tarjoaa mahdollisuuden käyttää mm. Hangout-keskusteluja sekä Google Play-sovelluskauppaa. Käyttäjät välittävät toisille käyttäjille sisältöjä ja arvioivat ja keskustelevat niistä +1-pisteillä. Lisäksi monilla nettisivuilla +1 -painikkeilla on mahdollista linkittää sivun linkki Googleen + eli Plussaan. Tässä sosiaalisen median palvelussa käyttäjät ovat piireissä. Oma piiri voi olla esimerkiksi ystäville, työkavereille, harrastusporukoille, perheenjäsenille ja opiskeluryhmälle. Näin ollen Plussan käyttäjä voi valita kenelle sisältö välitetään. (Pönkä, 2014, 102.) Sosiaalisen median lyhyt historia teoksessa Jaakko Suominen on maininnut Google+ hyväksi puoleksi verkostojen ryhmittelyn piireiksi, koska kaikille tutuille ei voinut välittää samaa sisältöä (Suominen ym. 2013, 232-233).

## LinkedIn

LinkedIn on ammattilaisten käyttämä sosiaalinen verkostopalvelu, joka on eri alojen ammattilaisten verkostoimisen mahdollistama sosiaalisen median palvelu ja se mahdollistaa asiantuntijoiden verkostoitumisen, työnhaun ja keskustelun ammatillisista kysymyksistä. Pelejä, visoja ja tykkäyksiä ei ole mahdollista harrastaa LinkedInissä. (Haasio, 2011, 150.) Profiilissa käyttäjä voi laittaa itsestään kattavat tiedot työkokemuksistaan, koulutuksestaan ja osaamisestaan (Pönkä, 2014, 107). Asiantuntija tekee oman profiilin ja käyttää omaa nimeään (Kortesuo, 2014, 78). LinkedIn toimii ns. asiantuntijayhteisönä, mikä tarkoittaa käytännössä sitä, että muihin käyttäjiin otetaan kontakteja ja näin ollen heistä muodostuu osa omaa sosiaalista verkostoa. Käyttäjät voivat välittää toisilleen suositteluja työnhakua varten, suositella työprojekteja ja jakaa suosituksia toisten käyttäjien taidoista. (Haasio, 2011, 150; Pönkä, 2014, 108-109.) Tässä sosiaalisessa verkostopalvelussa on mahdollista liittyä eri ryhmiin kiinnostuksen mukaan esim. eri alojen keskusteluryhmiin (Kortesuo, 2014, 78).

## **Instagram**

Instagram kuuluu tunnettuihin kuvanjako- ja yhteisöpalveluihin ja sitä voidaan käyttää älypuhelimissa ja tableteissa. Sovelluksella on mahdollista kuvata suoraan ja esittää sitten kuvia ja lyhytkestoisia videopätkiä Instagram-profiilissaan, jossa on mahdollista tykätä ja kommentoida kuvia kuten Facebookissa. Kuvia ja videoita on mahdollista myös lähettää muille henkilöille, joilla on tili Instagramissa. (Pönkä, 2014, 121-122.)



## 5 MEDIALUKUTAITO

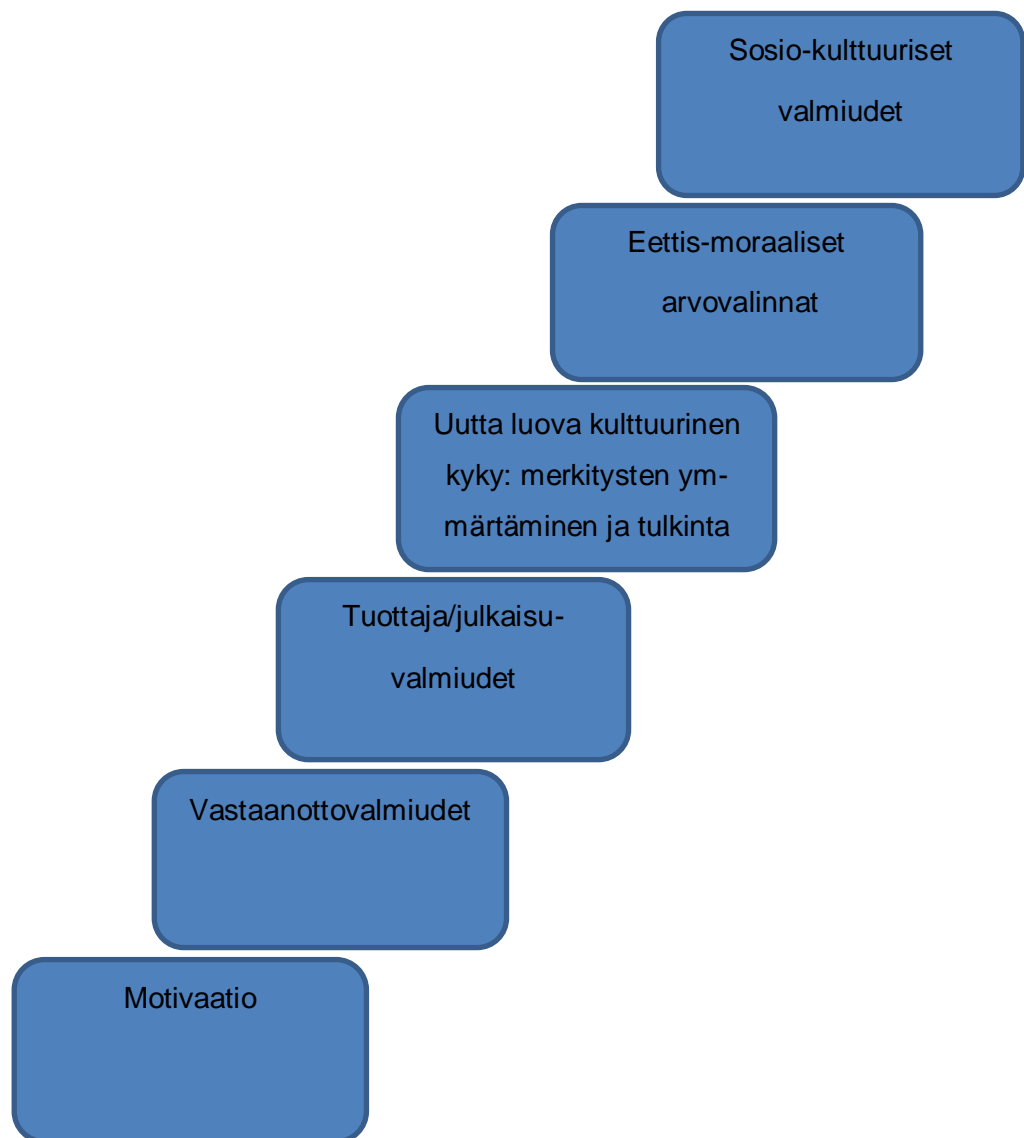
### 5.1 Yleistä medialukutaidosta

Nykyisessä informaatioyhteiskunnassa kansalaiset tarvitsevat uudenlaista lukutaitoa. Perinteinen lukutaito ei enää riitä kansalaisena, kuluttajana, työntekijänä ja opiskelijana toimimiseen. (OKM, 2013, 3.) Uudessa syksystä 2016 voimaan tulleessa perusopetuksen opetussuunnitelmassa on käytössä termi monilukutaito. Monilukutaito-käsite viittaa nimensä mukaisesti erilaisiin lukutaitoihin kuten medialukutaitoon, kuvanlukutaitoon, tietokoneenlukutaitoon, informaatiolukutaitoon, kulttuuriseen, eettiseen ja kriittiseenkin lukutaitoon. Monilukutaito -käsitettä nimitetään yläkäsitteeksi edellä mainituille luku- ja kirjoitustaidoille. (Leino, K. & Kallionpää, O., 2016, 7.)

Merilammen mukaan (2014, 142) EU-komissio on määritellyt medialukutaidon siten, että se on ”taito päästä mediaan, median eri näkökulmien ja mediasisältöjen ymmärtämistä ja kriittistä arviointia sekä yhteyksien luomista eri konteksteissa. Medialukutaito liittyy kaikkeen mediaan, mukaan luettuna televisio, elokuvat, radio, äänitteet, painettu media, internet ja muut uudet digitaaliset viestintäteknologiat.” Edellä mainittu määritelmä sopii myös mediakirjoitustaidolle. Medialukutaito ja mediakirjoitustaito ovat väylä kriittiselle vastaanotolle, analysointikyvyille ja päättelytaidolle, sosiaaliselle osallistumiselle, ihmissuhteille sekä symbolisten että kulttuuristen koodien käyttöön eli mediakielitaitoon.

Mediakielitaito on Merilammen mukaan sivistyksellinen perusoikeus. Merilampi (2014, 144-145) on teoksessa Mediakasvatuksen perusteet kuvaillut mediakielitaitoa kuusiporaisen portaikon avulla. Alimmaisena portaana on motivaatio, jolla tässä yhteydessä tarkoitetaan älyllistä uteliaisuutta ja perusvalmiutta abstraktiin ajatteluun, traditionaalisia luku- ja kirjoitustaidon perusteita, kontekstuaalisuutta eli oikeaa välinettä ja sisältöä omiin tarpeisiin, saavutettavuutta ja teknisiä perusvalmiuksia ja näppäintekniikkaa. Toisella portaalla alhaalta päin ovat vastaanottovalmiudet eli eri tekstilajityyppien tunnistaminen, merkkijärjestelmät ja niiden yhdistelmät: kuvat, sanat ja äänet, ikonit ja graafit eli monimediaiset tekstit. Sitä seuraavalla portaalla ovat tuottaja/julkaisuvalmiudet eli kirjoittaminen, kuvittaminen, äänittäminen, dramaturgia ja design. Lisäksi tähän portaan kuuluvat vaikuttaminen, osallisuus, itseilmaisus ja luovuus. Neljännellä portaalla on uutta luova kulttuurinen kyky: merkitysten ymmärtäminen ja tulkinta, jossa analysoi-

daan ja argumentoidaan eli ollaan mediakriittisiä. Tähän portaaseen liittyvät ilo, elämyksellisyys, taidenautinnot ja voimaannuttavuus. Viidennellä portaalla ovat eettis-moraaliset arvovalinnat eli kommunikatiivinen kompetenssi, nettietiikka ja nettietiketti ja aidot kokemukset verrattuna mediaalisiin kokemuksiin. Viimeisellä portaalla ovat sosio-kulttuuriset valmiudet eli kulttuurin muutokset, kulttuurien välinen dialogi ja verkottuminen.



Kuvio 4 . Mediakielitaidon portaikko mukailtuna (Merilampi, 2014, 145)

Tämänhetkisessä yhteiskunnassa lukemisen kulttuurinen kehitys on muuttunut digitalisaation myötä. Sekä omaehtoinen tuottaminen että oman ajattelun ja ilmaisun tuomi-

nen esiin alati muovautuvassa kulttuurissa lisääntyy yhä enenevässä määrin perinteisemmän olemisen ja elämisen sijaan. Nykyculttuuria pidetäänkin näin ollen osallistumisen, jakamisen, levittämisen, kierrättämisen, yhteisöllisyyden ja liittymisen termejä sisältävänä osallisuuden kulttuurina. Medialukutaidon käsitetään olevan kognitiivista ja kriittistä tulkinta- ja arviointitaitoa. (Kupiainen, 2009, 13-14.) Medialukutaito käsitteenä lienee edelleen vaikeasti selitettävissä. Medialukutaidon englanninkielinen vastine media literacy ymmärretään helpommin. (Mediametkaa, 2012, 8.)

Kupiaisen teoksessa mediakasvatuksen yksi määritelmä on seuraava: ”medialukutaito on kykyä analysoida, lisätä ja vaikuttaa aktiivisen median lukemiseen. Tavoite on tulla aktiiviseksi kansalaiseksi”. (Kupiainen, 2009, 91.) Sekä median ja netin käyttö että opastus ja ohjaus vaativat medialukutaitoa. Medialukutaitoa tarvitaan viestintä- ja kasvatustaloudessa, työmarkkinoilla ja kansainvälisessä kilpailussa. Medialukutaidon merkitystä voidaankin yleensä ottaen verrata lukutaidon merkitykseen. Medialukutaito antaa mahdollisuuksia oppimiseen, itseilmaisuun, luovuuteen ja aktiiviseen kansalaisuuteen. (Mediametkaa, 2012, 8-10.)

Yhdysvaltalaisen W. James Potterin (2009) mukaan medialukutaidon teoriaan kuuluvat seuraavat tietorakenteet: mediasisältö, mediateollisuus, mediavaikutukset, informaatio todellisuudesta ja havainnoiva persoona itse. Näiden avulla muodostuu medialukutaito, jolla voidaan harrastaa median lukemista ja analyysia. Perustaitoa on esim. mediateksteissä olevien merkkien ja kaavojen tunnistaminen ja merkitysten assosioiminen. Kehittyneempiin taitoihin kuuluvat tekstin analysointi, arviointi, ryhmittely, induktio, deduktio, synteesi ja abstrahointi. Potterin medialukutaitoteoria on kognitiivinen teoria. Seuraavassa on taulukko medialukutaidon seitsemästä taidosta. (Kupiainen, 2009, 108-109.)

Taulukko 3. Medialukutaidon seitsemän taitoa Potterin (2004) mukaan (Kupiainen, 2009, 111)

| Taito        | Tehtävä  |
|--------------|--|
| Analyysi     | Jakaa viesti merkityksellisiin elementteihin.  |
| Arviointi    | Arvioida elementtejä. Arvottaminen tehdään vertaamalla elementtejä toisiinsa jonkin kriteerin nojalla.   |
| Ryhmittely   | Määrittää, mitkä elementit ovat jollakin tavalla samanlaisia ja mitkä erilaisia.                         |
| Induktio     | Päätellä kaava elementtien perusteella ja yleistää kaava vastaaviin elementteihin.                       |
| Deduktio     | Käyttää yleisiä periaatteita yksittäisten elementtien selittämiseen.                                     |
| Synteesi     | Koota elementit uuteen rakenteeseen.   |
| Abstrahointi | Luoda lyhyt, selvä ja täsmällinen kuvaus, jolla esitetään tai korvataan laajempi teksti tai mediaesitys. |

Medialukutaitoa voidaan määritellä erilaisten taitojen joukoksi, jossa kognitiivisten taitojen lisäksi tarkasteltavia taitoja ovat tunteisiin, tunnistamiseen ja tunnustamiseen liittyvät taidot sekä sosiaaliset, kulttuuriset ja luovat elementit. Osallisuuden kulttuuriin ja digitaalisen ajan medialukutaitoon määriteltävissä olevia taitoja ovat leikkiminen, esittäminen, simulointi, omiminen, monitoimisuus, hajautettu kognitio, jaettu älykkyys, arviointikyky, transmediaalinen navigointi, verkostoituminen, valitseminen ja eettinen voimaantuminen ja valtautuminen. Leikkimiseen kuuluu oleellisesti ongelmanratkaisu, tilanteen tarkkailu, kokeilu ja muuntumisalttius. Esittämisen taito on improvisointia, keksimistä, tilanteeseen heittäytymistä ja identiteetin mukautumista. Omiminen on sämpelöimistä, remixaamista ja uudelleen käyttöä. Monitoimisuus käsittää fokuksen löytämisen, tarkkailun, monialaisuuden, etsimisen ja kyvyn käyttää monia medioita yhtä aikaa. Hajautettuun kognitioon liittyy mentaalisten voimavarojen laajentamiseen. Jaettu älykkyys sisältää pyrkimyksen yhteiseen tavoitteeseen ja toisten ymmärtämiseen. Arviointikyky on tiedon luotettavuuden arviointia, tietolähteiden vertailua ja kokemuksellisen tiedon suhteuttamista. Transmediaalinen navigointi liittyy multimodaalisuuden ja inter-

tekstuaalisuuden käsittämiseen. Verkostoituminen on verkottumista, tiedon prosessointia ja jakamista. Neuvottelu pitää sisällään erilaisuuden ymmärtämisen ja hyväksymisen ja näkökulmien perustelemisen. Valitseminen on vaihtoehtojen punnitsemista ja itsenäisten valintojen tekemistä. Eettinen voimaantuminen ja valtautuminen on tahtoa ja kyvykkyyttä yhteisen hyvän edistämiseen. (Kupiainen, 2009, 139-140.)

## 5.2 Kirjastojen medialukutaito ja mediakasvatus

Kirjastojen perustehtävä liittyy lukutaidon ja sivistyksen edistämiseen ja kulttuurin tarjoamiseen. Vaikka uuteen vuoden 2017 kirjastolakiin ei olekaan kirjattu velvoitetta, että kirjastojen pitäisi järjestää ja tarjota asiakkailleen mediakasvatusta, niin siitä huolimatta kirjastot ovat tarjonneet asiakkailleen sekä lapsille ja nuorille että aikuisille mediakasvatusta vuosien ajan mm. pitämällä satutunteja, järjestämällä kirjavinkkauksia, tiedonhaun opetusta, kirjastonkäytön opetusta ja innostamalla lukemaan. Kirjastot tarjoavat entistä enemmän mediakasvatusta koululaitoksen lisäksi. Kirjastot ovat tehneet yhteistyössä koulujen kanssa mediakasvatustyötä pitkään ja nykykirjastot tarjoavat asiakkailleen monipuolisia mediaympäristöjä. Kirjastoammattilaiset osaavat mediakasvatukseen liittyen tiedonhallintaa, kriittistä medialukutaitoa ja he ovat hyvin verkostoituneet ja tietävät paljon tekijänoikeuksista ja sosiaalisesta mediasta ja digitaalisista peleistä. Mediakasvatuksella kehitetään medialukutaitoja, ei pelkästään tekniikkaa ja teknologiaa ja medioiden tuntemusta, vaan myös medioiden käytön kohtuullisuutta. (Verho, 2009, 7-12.)

Opetus- ja kulttuuriministeriö on tehnyt kirjastoille kulttuuripoliittiset suuntaviivat medialukutaidon edistämiseksi. Mediakasvatuksen aseman parantaminen liittyy OKM:n kulttuuripoliitiikan yhteen strategiseen linjaukseen ja tavoitteeseen. Vuodesta 2012 Suomessa on toiminut Mediakasvatus- ja kuvaohjelmakeskus, jonka viranomaistehtävään kuuluu mediakasvatuksen lisääminen ja hyvän medialukutaidon edistäminen. (OKM; 2013, 4.) Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuriyksikkö tukee vuosittain media- ja informaatiolukutaidon edistämiseen liittyviä hankkeita valtionavustuksilla (OKM, 2012, 5).

Mediakasvatuksen avulla kirjastot luovat kansalais- ja tietoyhteiskuntavalmiuksia, sosiaalista vahvistumista ja aktiivista kansalaisuutta parantavaa toimintaa. Niiden mediakasvatuksen alueita ovat tiedonhaku ja tiedonhakutaitojen parantaminen ja lisääminen, uusien lukutaitojen edistäminen, digitaalisten pelien ja pelaamisen esille tuominen ja kehittäminen, sosiaaliseen mediaan perehtyminen ja hyödyntäminen kirjastotyössä ja

tekijänoikeuksien noudattaminen. Tiedonhakuun ja tiedonhakutaitoihin liittyen kirjastot omaavat hyvät taidot tiedonhausta ja tiedonhankinnasta ja ne tähtäävät lähitulevaisuudessa entistä enemmän perinteisen tiedonhaun opastuksen ja opetuksen lisäksi verkko-opetukseen. Uusien lukutaitojen tavoitteena on medialukutaidon kehittäminen kirjastoissa. Kirjastot auttavat asiakkaitaan mm. oman elämän hallinnassa medialukutaitojen avulla. Kolmas mediakasvatuksen alue liittyy digitaalisiin peleihin ja pelaamiseen. Perinteisten lautapelien lisäksi kirjastoihin ovat jalkautumassa erilaiset verkossa pelattavat pelit, mikä vaatii työntekijöiltä tutustumista pelien sisältöihin. Uudempana osa-alueena on sosiaalisen median tuntemus ja hyödyntäminen kirjastotyössä. (Verho, 2009, 15-21.)

Kallialan ja Toikkasen (2009) mukaan sosiaalinen media kirjastoissa mahdollistaa ajan tasalla pysymisen, tietotulvan suodattamisen, kirjoittamisen ja julkaisemisen yksin tai muiden kanssa, multimedian käytön, viestinnän, yhteisöihin liittymisen, virtuaalimaailmassa olemisen ja erilaisten oppimisympäristöjen kokoamisen sosiaalisen median välineiden avulla. Mediakasvatuksen viidentenä osa-alueena on tekijänoikeuksista huolehtiminen. Tekijänoikeudet liittyvät fyysisten teosten lisäksi verkossa julkaistavaan materiaaliin. Kirjastojen yksi tehtävä on perehtyä tekijänoikeuslakien sisältöihin ja jakaa tietämystään ymmärrettävästi eteenpäin mm. tiedonhaun opetuksella. Uutena asiana tekijänoikeusasioissa kirjastoissa on verkkopeleihin ja sosiaaliseen mediaan liittyvät tekijänoikeusasiat. (Verho, 2009, 21.)

Medialukutaitoa tarvitaan sosiaalisen median palveluita käytettäessä. Näin on myös yleensä Facebookin ja Luhangan kunnankirjaston Facebookin sisältöjen ymmärtämisessä. Medialukutaito on avain erilaisten tekstien ja aineistojen lukemiseen ja ymmärtämiseen. Mediakasvatusta puolestaan kirjastot antavat kaikenikäisille asiakkailleen. Mediakasvatus on monipuolista kirjastoissa nykyisin. Myöskin Luhangan kunnankirjasto antaa asiakkailleen mediakasvatusta ja Facebookin osalta mediakasvatusta tapahtuu kirjastossa vähitellen. Tarkoitus on että, Luhangan kunnankirjastossa opetellaan sosiaalisen median ja erityisesti Facebookin käyttöä iltakurssina. Kurssi on tarkoitettu järjestää talvella 2018 kaikille sosiaalisesta mediasta kiinnostuneille aikuisille Tammijärven kirjastossa. Lapsille mediakasvatusta on annettu paikkakunnan kirjastossa usean vuoden ajan mm. tiedonhaussa netistä pöytäkoneilla ja tableteilla.

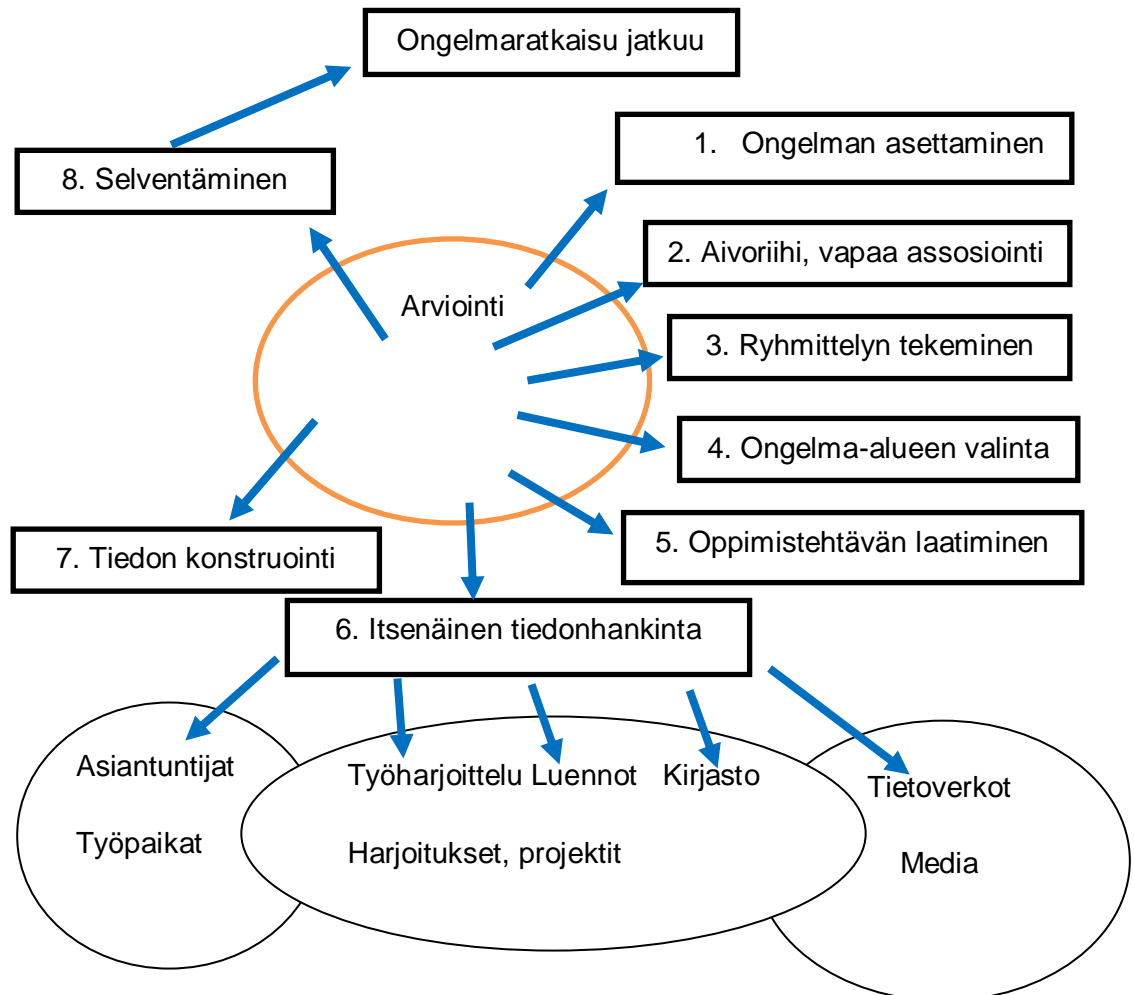
## 6 INFORMAATIOLOKUTAITO

1980-luvulla tietokoneiden käytön laajentuessa alkoi keskustelu tietokonelukutaidosta, digitaalisesta lukutaidosta, elektronisten tekstien lukutaidosta sekä informaatiolukutaidosta. Informaatiolukutaito -käsite otettiin aluksi käyttöön 1970-luvulla kirjasto- ja informaatiotieteissä. Käsitteellä tarkoitetaan ”tiedon lähteille pääsyn tärkeyttä sekä informaation laadun arvioinnin, luomisen ja jakamisen mahdollisuutta”. Informaatiolukutaidossa pidetään tärkeänä taitoa ottaa käyttöön eri välineitä, formaatteja ja kanavia. (Merilampi, 2014, 138-139.)

Kirjastot ovat välittäneet asiakkailleen käyttäjäkoulutusta monia vuosia. Informaatiolukutaidon opetuksessa on kyse siitä, että asiakas tulisi oppia tunnistamaan tiedontarpeensa, hakemaan ja paikantamaan tietoa ja analysoimaan sitä kriittisesti ja käyttämään oppimaansa tietoa hyödyllisesti. ”Kansainvälisen standardin mukaan informaatiolukutaito on tietoisuutta tiedon ja informaation sekä niihin liittyvien lähteiden mahdollisuuksista ja kykyä käyttää niitä”. (Tieto- ja dokumenttisanasto, 2004, 71; Verho, 2009, 29.) Käsitteitä informaatiolukutaito ja tiedonhallintataidot voidaan pitää toistensa synonyymeinä (Verho, 2009, 30). Informaatiolukutaidon nähdään sisältävän medialukutaitoa, verkkolukutaitoa, visuaalista lukutaitoa ja tieteen lukutaitoa (Aho, 2005, 5).

Informaatiolukutaitoinen henkilö 1. rajaa tutkimusongelmansa, hahmottaa erityyppisiä tiedonlähteitä ja määrittää tiedontarpeensa, 2. osaa tehdä sopivan hakustrategian ja etsiä tietoa useista lähteistä, 3. analysoi etsimänsä tiedon laatua ja tiedonlähteitä, 4. soveltaa etsimäänsä tietoa ja tiedonlähteitä tavoitteidensa saavuttamiseksi esim. erilaisten tekstien kirjoittamiseen, 5. ottaa huomioon tiedon hankintaan ja käyttöön liittyvät eettiset ja oikeudelliset näkökohdat ja käyttäytyy niiden mukaisesti. (Verho, 2009, 30; Opas informaatiotaidon opetukseen, 2009, 2.)

Tiedonhakua ja tiedonhallintaa tulee opetella itse ja opetusta järjestetäänkin kaikilla kouluasteilla. Informaatiolukutaidon opetuksessa tärkeintä on, että opetetaan kriittisiä tiedonhankinnan, arvioinnin ja tuottamisen taitoja ja tarjotaan oppijoille tarpeeksi aikaa ja tilaa omalle oppimiselle. Ongelmaperustaisessa oppimisessä (Problem Based Learning) eli PBL -oppimisessä tuloksellista tiedonhankintaa pidetään keskeisenä osana oppimisprosessia. Kuviossa 5 esitellään PBL-sykli. (Verho, 2009, 34.)



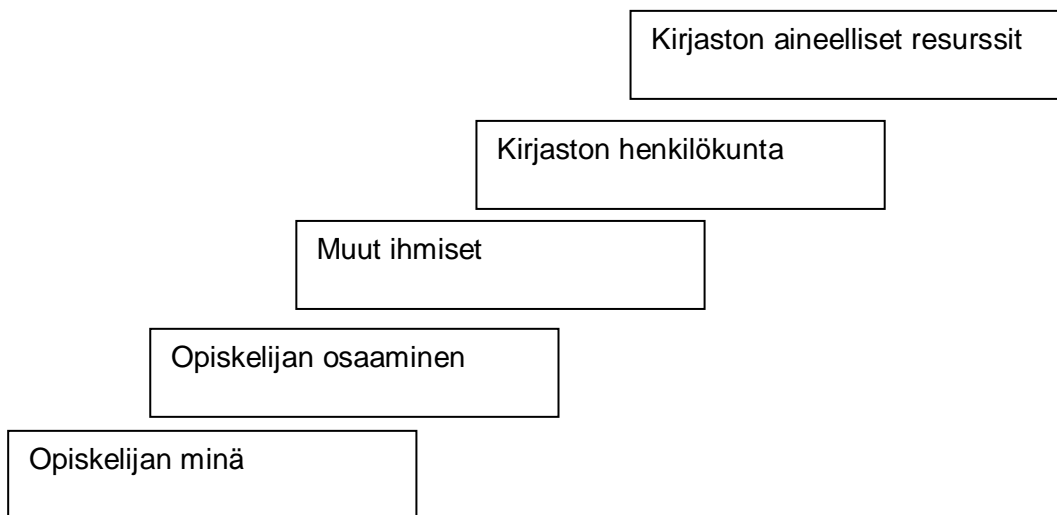
Kuvio 5. Ongelmaperustainen oppiminen ja tiedonhankinta (PBL-sykli) (Sormunen, 2008, 18).

Ongelmaperustaisessa oppimisessä tutustutaan ensin ongelmaan ja selvitetään mil-laista tietoa ongelman kuvaus välittää tilanteesta. Ongelmaan perehtymällä tulee luon-nollisesti käsitys ongelmasta ja sen luonteesta. Toisessa vaiheessa otetaan selville aikaisempi tietämys, joka liittyy aikaisempiin kokemuksiin ja toimintaan, jotta voidaan ratkaista uusi ongelma. Kolmannessa vaiheessa aivoriihen tulokset lajitellaan niitä yh-distävien ja erottavien merkitysten avulla. Neljännessä vaiheessa arvioidaan ongelman ratkaisemiseen liittyvät tärkeimmät ongelma-alueet ja taidot ongelmien ratkaisemiseen. Viidennessä vaiheessa selvitetään taitojen ja tietojen riittävyys, minkä perusteella teh-



dään oppimistehtävä. Ongelmaperustaisen oppimismallin avulla voidaan havainnoida tiedon prosessointia kokonaisvaltaisesti. Ongelmaperustaisessa oppimisessa huomioidaan tiedonhankinnan sosiaaliset, vuorovaikutukselliset ja yksilölliset tekijät. PBL -malli kuvaakin näin ollen hyvin informaatiolukutaitoon opastamista. (Sormunen, 2008,17-20.)

Kirjastojen antamaa informaatiolukutaidon opetusta voidaan havainnoida portailla, joilla voidaan kuvailla opiskelijan osaamista. Oppimisen ensimmäinen alin taso kertoo opiskelijan minäkuvasta ja mielikuvasta itsestä oppijana. Seuraavilla askelmilla kuvataan opiskelijan osaamista. Toinen tärkeä tekijä liittyy sosiaalisiin suhteisiin eli suhteisiin muihin ihmisiin mm. opettajiin, opiskelijakavereihin ja kirjaston henkilökuntaan. Kun opiskelija hallitsee kaikki askelmat, niin opiskelija oppii käyttämään kirjaston tietoverkkoja ja on informaatiolukutaitoinen henkilö. Seuraavassa kuvio Nevgin kirjastoportaista muokattuna (Nevgi, 2007, 133.)



Kuvio 6. Kirjastoportaatt muokattuna (Nevgi, 2007, 133).

Kirjastoissa informaatiolukutaidon opettaminen asettaa kirjastotyölle omat haasteensa mm. niukkojen resurssien takia. Aikuisten ja ikääntyneiden informaatiolukutaidon kehittäminen on haaste. Informaatiolukutaidon opettaminen on ollut yksi yleisten kirjastojen tehtävä tietoyhteiskuntaohjelmissa. Informaatiolukutaidon opetus liittyy oleellisesti elinikäiseen oppimiseen mm. verkkotaitoja oppimalla. Tietoyhteiskunnassa oppimisen ja elinikäisen oppimisen mahdollisuuksia mahdollistavat mobiilitekniikka ja sosiaalinen media. Kirjastot käyttävät hyväkseen tietoverkkoja ja sosiaalista mediaa ja tarjoavat asiakkailleen mahdollisuuksia monenlaiseen oppimiseen. Uutta informaatiolukutaitoa

voivat kehittää ja edesauttaa kirjastoissa esim. wikit ja blogit, jolloin kirjaston palveluiden käyttäjä toimii tiedon vastaanottajan roolin lisäksi tiedon tuottajana. Omaehtoinen lukutaito lisääntyy entisestään ja muovaa käsityksiä siitä, mitä informaatiolukutaidon käsite nykyisin ja lähitulevaisuudessa tarkoittaa. Tällöin on tärkeää pohtia kirjastojen roolia mediakasvatuksen ja informaatiolukutaidon välittäjinä ja opettajina. (Verho, 2009, 38-42.) Omaehtoisella lukutaidolla tai informaatiolukutaidolla tarkoitetaan tässä yhteydessä yksilön vaikutusmahdollisuuksia, joiden avulla hän käyttää median eri muotoja. Kansalaisvaikuttaminen on muoto edellä mainitusta omaehtoisesta lukutaidosta. (Nevgi, 2007, 76.)

Informaatiolukutaitoa tarvitaan kaikenlaisen sosiaalisen median ymmärtämiseen perinteisten medioiden ohella. Tätä tarvitaan myöskin Facebookissa toimimiseen. Kirjastot ovat perinteisesti olleet väylä informaatiolukutaidon kehittämisessä sosiaalisen median avulla. Kirjastot.fi:ssä on monta hyvää esimerkkiä tästä, esim. Kirjastokaista.fi, joka on kirjastojen nettiv ja radio (<https://www.kirjastokaista.fi/>.)

Monilukutaidon osa-alueisiin kuuluu yhtenä osa-alueena informaatiolukutaito Harto Pöngän blogin mukaan. Monilukutaitoa käytetään mm. etsittäessä tietoa Wikipediasta ja yleensäkin netistä. (<https://harto.wordpress.com/>.) Luhangan kunnankirjastossa kirjastonhoitaja auttaa asiakkaita silloin tällöin tiedon etsinnässä netistä.



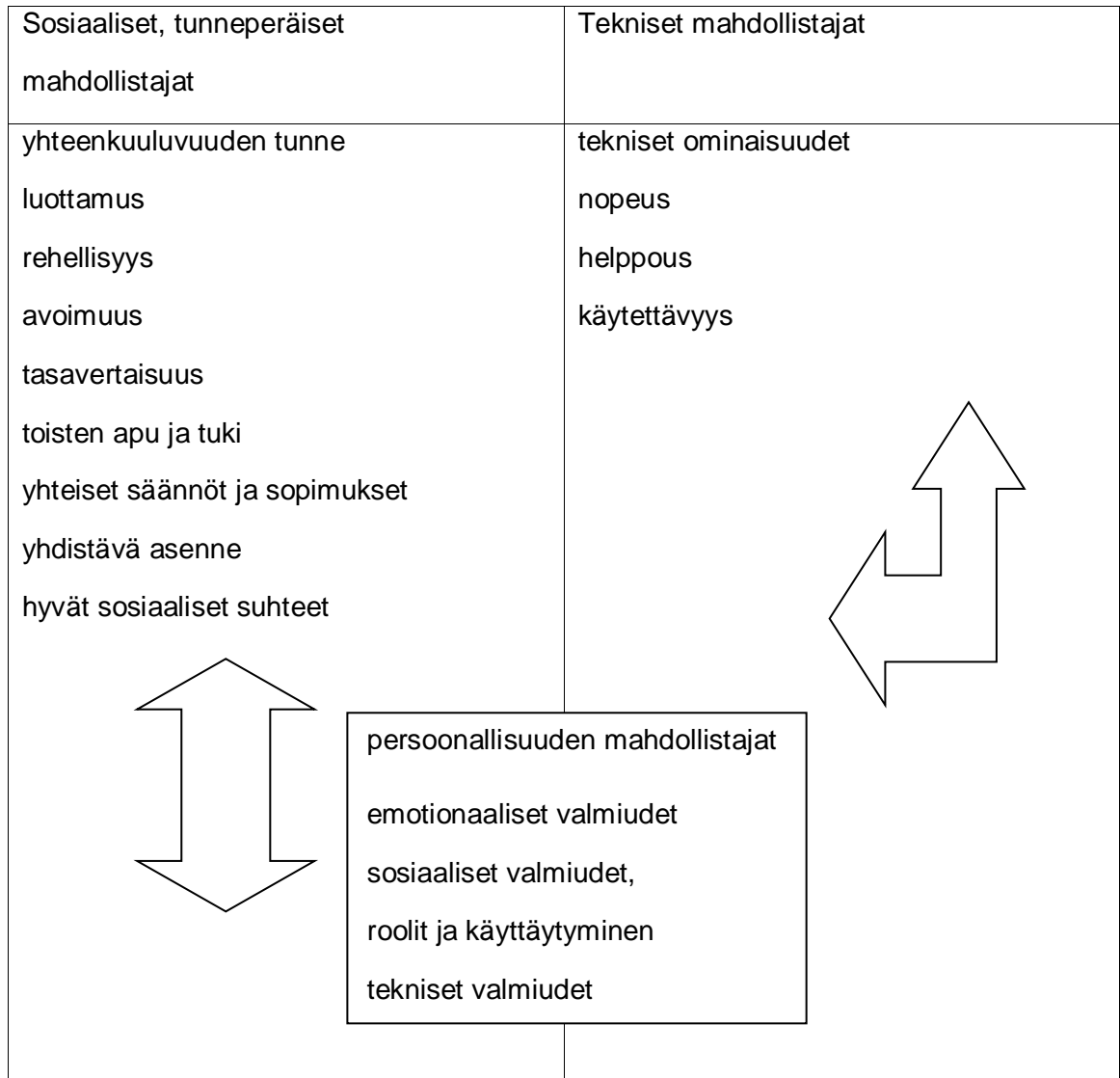
Kuva 2. Harto Pöngän blogin postauksen kuva

## 7 YHTEISÖLLISYYS

Yhteisö ja yhteisöllisyys sanoilla on erilaisia määritelmiä. ”Yhteisö on tila tai paikka, yhteisöllisyys on sosiaalisista suhteista tunteina syntyvä kokemus. Erilaisten yhteyksien avulla pidämme yhteyttä yhteisöihimme”. Käsitettä yhteisö on käytössä esim. perheyhteisöissä, kotiyhteisöissä, kyläyhteisöissä tai kansanyhteisöissä. Lisäksi uusia yhteisönimityksiä esiintyy kommunikaatioyhteisö- ja toimintayhteisönimityksissä. Yhteisöllisyys ja yhteisöt muovautuvat ihmisen elinpiirin muutoksissa. (Heinonen, 2008, 13-14.)

Ulla Heinosen (2008) mukaan teknologian kehityksen takia erilaiset yhteisöt on yleisesti jaoteltu reaali maailman yhteisöiksi tai verkkoyhteisöiksi. Näille yhteisöille on tyypillistä se, että toimintaa tapahtuu lisäksi toisilla uusilla alueilla. Reaaliyhteisöjen toimintaa ja suhteita tuodaan esille verkossa ja verkkoyhteisön jäsenet puolestaan ovat tekemisissä toistensa kanssa reaali maailmassa. Lisäksi teknologian kehitys on tuonut mukaan käsitteen virtuaalitodellisuus, jossa toimintaympäristö on keinotekoinen tai näennäinen. (Heinonen, 2008, 11.) Yksilöllinen yhteisöllisyys on nykyajan tietoyhteiskunnan ilmiö. Internetin lisääntyneen käytön myötä erilaiset sosiaaliset verkostot ovat uudistuneet ja lisääntyneet. (Kangaspunta, 2011, 167.) Sosiaalinen kanssakäyminen ja yhteistoiminta kehittyy koko ajan yksilöllisemmäksi (Kangaspunta, 2011, 7).

Digitaalisessa yhteiskunnassa tietokoneiden ja tietoverkkojen käyttäjät luokitellaan aktiivisiksi toimijoiksi. Interaktiivisuus tuo esille teknistä kyvykkyyttä ja näin ollen onnistumisen kokemuksia ja mielihyvää. Digitaalisessa yhteiskunnassa yhteisöllinen toiminta mielletään ihmisten väliseksi sosiaaliseksi toiminnaksi. Tätä toimintaa tapahtuu erilaisissa tiloissa kuten reaali maailman tilassa, virtuaalisessa tai mediavälitteisessä tilassa sekä edellisten yhdistelmässä. Virtuaalisessa ja mediavälitteisessä tilassa yhteisöt ovat vuorovaikutuksessa internetin tai jonkin muun teknologisen välineen avulla sähköisesti. Käyttäjäkokemuksista muodostuu virtuaaliyhteisöllisyys. (Heinonen, 2008, 15-17.) Heikot signaalit vaikuttavat verkostojen kehittymiseen viestinnän, kulttuurin ja talouden osa-alueilla (Kangaspunta, 2011, 169.) Seuraavassa kuviossa on eritelty virtuaaliyhteisöllisyyteen vaikuttavia tekijöitä ja niiden keskinäisiä suhteita.



Kuvio 7. Virtuaaliyhteisöllisyyteen vaikuttavat mahdollistajat ja niiden keskinäiset suhteet (Heinonen, 2008, 18)

Informaatioteknologian, median, sähköisten viestintävälineiden ja joukkotiedotusvälineiden huima kehitys on vaikuttanut yhteisöjen toimintaan paljon. (Heinonen, 2008, 47.) Tietokoneiden käyttö vaikutti monin tavoin yhteisöllisyyteen ja yhdessä tekemiseen, esim. julkisia chat-portaaleja saattoi käyttää kuka tahansa. Internetin myötävaikutuksena syntyi paljon uusia verkkoyhteisöjä kuten mm. harrastepiirejä sekä tukiryhmiä. (Heinonen, 2008, 57.) Yhteisölähtöiset vertaisverkostot mahdollistavat sosiaalista ja yhteiskunnallista kehitystyötä (Kangaspunta, 2011, 13).

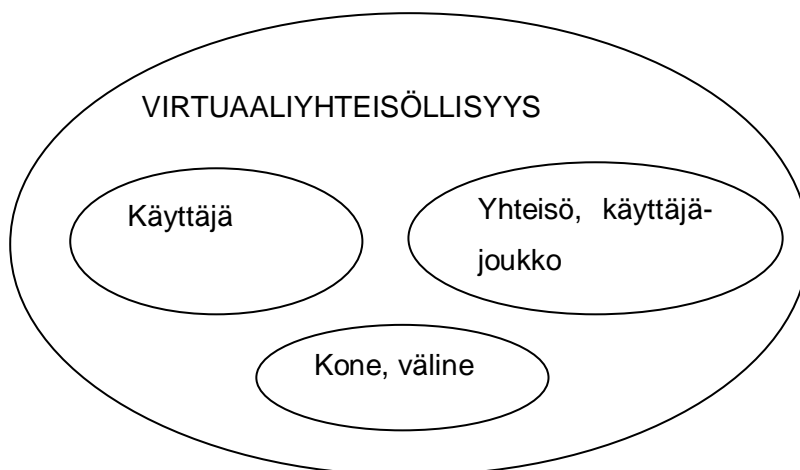
Verkkoyhteisöt voidaan luokitella kahdeksi erilaiseksi yhteisötyypiksi: vapaa-ajan verkkoyhteisöt ja työelämän tai koulutuksen verkkoyhteisöt. Nämä kaksi yhteisötyyppiä

voidaan jaotella seitsemäksi erilaiseksi alatyypiksi: 1. peliyhteisöt, 2. virtuaaliset leikkikodit, 3. seuranhakuyhteisöt, 4. virtuaaliset kriisiyhteisöt, 5. harrastusyhteisöt, 6. faniyhteisöt ja 7. vertaisyhteisöt. (Heinonen, 2008, 61.)

Taulukko 4. Verkko yhteisön tyypittelyä (Heinonen, 2008, 62.)

|                                       | Motiivi/lähtökohta   | Toiminta  | Pysyvyys/sitoutuminen                 |
|---------------------------------------|--|---|---------------------------------------|
| Työyhteisö verkossa (työ ja koulutus) | velvollisuus/<br>ennalta suunniteltu tavoite, organisaation motiivit, yksilön motiivit | sidottu/ rajattu/<br>asiakeskeisyys organisaation tavoitteet aikataulut yhteiset säännöt          | sitoutuminen työn tai tehtävän kautta |
| Vapaa-ajan yhteisö verkossa           | vapaaehtoisuus/<br>omat henkilökohtaiset motiivit                                      | leikinomaisuus/<br>pelillisuus/ henkilökohtaiset tavoitteet/ yhteisön tavoitteet yhteiset säännöt | vapaaehtoinen sitoutuminen            |

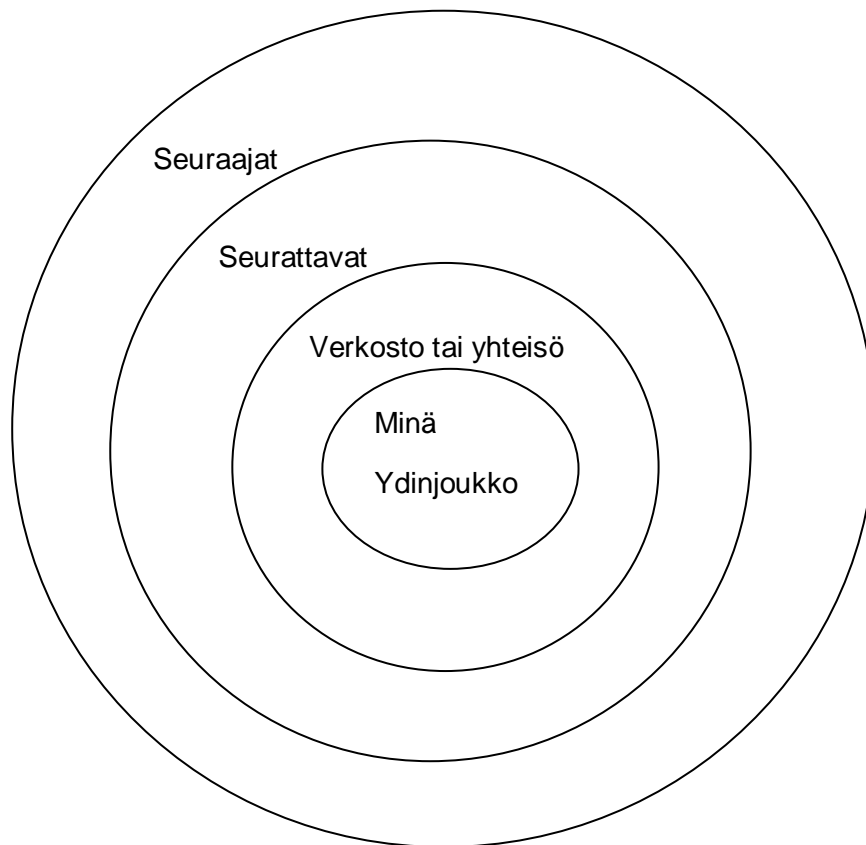
Ulla Heinosen (2008, 94-97)) tekemän tutkimuksen mukaan yhteisöllisyydessä on kyse fyysisestä paikasta ja fyysisistä rajoista riippumattomasta toiminnasta, pysyvyydestä, hyvin toimivista sosiaalisista suhteista, yhdistävistä asenteista, yhteisistä säännöistä ja sopimuksista, avoimuudesta, luottamuksesta osapuolien kesken ja yhteenkuuluvuuden tunteesta.



Kuvio 8. Virtuaaliyhteisöllisyydessä läsnä olevat elementit ja niiden suhteet (Heinonen, 2008, 90.)

Käsite verkko yhteisö on viime vuosina ollut paljon julkisuudessa, esim. Facebookista siitä uutisoidaan viikoittain. Sosiaalisen median verkostojen määrää ja laatua pidetään

tavanomaista verkkoyhteisöä monimuotoisempaan. Suurinta osaa sosiaalisen median verkostoista pidetään yksilökeskeisinä. Sosiaalisessa mediassa jokainen yksilö pyrkii muodostamaan oman yksilöllisen verkostonsa. Facebook käytännössä vaatii vastavuoroisen hyväksynnän yhteyden syntymiseksi. (Kangaspunta, 2011, 114-122.)



Kuvio 9. Ihmisen verkostokehät sosiaalisessa mediassa (Kangaspunta, 2011, 125).

Internetin sosiaalisessa mediassa käytetään termejä ydinverkosto, verkosto ja yhteisö, seurattavat ja seuraajat, kun puhutaan verkostojen muodostumisesta sosiaalisessa mediassa kuten Facebookissa. Ydinverkostossa ihmisillä on yksi- tai kahdensuuntaista säännöllistä yhteydenpitoa. Seurattavat tarkoittavat omaan verkostoon kuuluvia yhteydenpitokohteita tai yhteydenottoa muihin verkostoihin. Seuraajat puolestaan kuuluvat toisiin verkostoihin tai ovat laajennus oman verkoston yhteydenpitoon. (Kangaspunta, 2011, 124-125.)

Yhteisöllisyyttä sosiaalisessa mediassa luokitellaan Pöngän mukaan löysään ja tiukkaan yhteisöllisyyteen. Löysään yhteisöllisyyteen liittyy pintapuolista yhdessäoloa ja ajatustenvaihtoa, ei syvällistä keskustelua ja kanssakäymistä. Tiukkaan yhteisöllisyy-

teen kuuluvat yhteiset tavoitteet, toiminnan vastavuoroisuus ja lopputulokseen pääseminen mm. ongelmien ratkaiseminen. Toinen jakoperuste yhteisöllisyydelle liittyy sen ajalliseen keston. Lyhytaikainen yhteisöllisyys on toiminnaltaan erilaista kuin pitkäaikainen yhteisöllisyys. Pitkäaikaisessa yhteisöllisyydessä on kyse monimutkaisista vuorovaikutussuhteista. Ryhmien muodostumiseen liittyy viisi eri vaihetta: muotoutumisvaihe, kuohuntavaihe, normien luomisen vaihe, toteuttamisvaihe ja lopettamisvaihe. (Pönkä, 2014, 191-193.)

Sosiaalinen media on tuonut mukanaan yhteisöllisyyttä. Luhangan kunnankirjaston Facebook omalta osaltaan edesauttaa yhteisöllisyyden muodostumista. Facebookissa käyttäjä voi liittyä mm. moniin erilaisiin ryhmiin. Kirjasto voi omalta osaltaan perustaa erilaisia ryhmiä, vaikkapa lukupiirin lukemisesta kiinnostuneille asiakkailleen. Koska Luhangan kunnankirjastossa on perinteinen lukupiiri, niin tulevaisuudessa olisi mahdollista perustaa lukupiiri tai jokin lukemiseen liittyvä ryhmä Luhangan kunnankirjaston Facebookiin. Yhteisöllisyys on nykypäivää ja nykyajan trendi.

## 8 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tässä opinnäytetyössä on tutkimusmenetelminä käytetty kyselyjä, teemahaastatteluja ja benchmarkingia. Kyselyjä on kahdenlaisia: lomakekysely Luhangan kunnankirjaston asiakkaille ja Webropol-kysely Keski-kirjastojen henkilöstölle. Teemahaastattelut tehtiin Keski-kirjastojen henkilölle. Benchmarking suoritettiin Luhangan ja Uuraisten kunnankirjastojen kesken.

### 8.1 Kyselyt

Toimintatutkimuksessa kvantitatiivisen tutkimuksen yhtenä tiedonkeruumuotona pidetään kyselyä, joka sopii parhaiten tutkimusprosessin alkuvaiheeseen ja tutkimustulosten vaikutusten analysointiin ja soveltuu hyvin perustietojen keräämiseen toimintatutkimuksessa. (Kananen, 2014a, 102-103.) Kyselyä pidetään nopeana ja tehokkaana menetelmänä, jonka avulla on mahdollista saada paljon numeraalista tietoa ja jota voidaan muokata tilastollisesti. Sen heikkous on saadun tiedon pinnallisuus sekä se kuinka täsmällisinä saatuja vastauksia voidaan pitää. Kysely kuuluu kvantitatiivisilla eli määrällisillä menetelmillä tehtävään tiedonkeruuseen ja sitä voidaan käyttää monenlaisten aiheiden ja ilmiöiden tutkimisessa ja silloinkin, kun aiempaa tietoa tutkittavasta aiheesta löytyy riittävästi. Kysely määrällisen tutkimuksen menetelmänä pyrkii tarkastelemaan tutkimuksen kohteena olevaa asiaa järjestelmällisten havaintojen avulla. (Ojasalo, 2014, 121-122.)

Perinteinen kysely voidaan suorittaa useammalla eri tavalla: postitse, internetissä, haastatteluna, puhelimitse tai kasvokkain (Kananen, 2014a, 102). Tiedonkeruutekniikka määrittelee pitkälti kysymysten esittämistavan ja niitä eri tekijöitä, jotka muokkaavat vastauksia ja tutkimustulosten luotettavuutta. (Ojasalo, 2014, 121).

Kyselylomake on yleisin määrällisen tutkimusmenetelmän aineiston keräämisen tapa. Kyselystä käytössä ovat nimitykset postikysely, informoitu kysely ja joukkokysely eli gallup kyselyn toteuttamistavan mukaan. Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2015, 182) ovat antaneet kyselylle nimityksen survey-tutkimus. Tällöin sitä pidetään standardoituksi eli vakioituna kyselynä, jolloin kaikille siihen osallistuville esitetään samat kysymykset täsmälleen samalla tavalla. Heikkilän (2014, 18) mukaan informoitu kysely tarkoittaa kyselylomakkeen ja henkilökohtaisen haastattelun välimuotoa, jossa tutkija esittää



lisäkysymyksiä. Kyselylomaketutkimuksen etuna pidetään sitä, että vastaajan henkilöllisyys ei selviä. Toisaalta kyselylomakkeen suurin puute on yleensä se, että vastausprosentti voi muodostua alhaiseksi. Myös vastauslomakkeiden palautus voi viivästyä. (Vilka, 2015, 94.)

Tiedonhankinta kyselyssä etenee siten, että ensimmäinen työvaihe kyselyä tehtäessä on selvittää kyselytutkimuksen tavoitteet ja mitattavat havaintoyksiköt. Mittauksen kohteita nimitetään havaintoyksiköiksi. Kaikkien havaintoyksiköiden muodostama joukko muodostaa perusjoukon. Luotettavinta tietoa on saatavissa silloin, kun kaikille havaintoyksiköille esitetään samat kysymykset. Määrällisessä tutkimuksessa keskitytään satunnaisesti valitun otoksen tutkimiseen. Tilastollisen päättelyn avulla selvitetään kuinka hyvin otoksesta saadut tulokset kertovat koko perusjoukon näkemyksistä ja havainnoista. Perusjoukkoa pienempiä havaintoyksikköjoukkoja kutsutaan joko otoksiksi tai näytteiksi. Näytteessä havaintoyksikköjen valintaan liittyy harkinnanvaraisuus. Yksinkertaista satunnaisotosta pidetään tilastollisesti suositelluimpana otantamenetelmänä. ”Siinä jokaisella perusjoukon havaintoyksiköllä on samansuuruinen todennäköisyys tulla valituksi otokseen.” Otoksen tutkimiseen liittyvien tutkimustulosten perusteella tutkija voi tehdä tutkittavasta asiasta yleistyksiä, toisin kuin näytteen tutkimiseen liittyvien tutkimustulosten perusteella. (Ojasalo, 2014, 122-124.)

Tärkeä asia on mittarin eli kyselylomakkeen tekeminen. Tällöin tutkijan tulee selvittää tutkimuksen tavoite eli se, mihin kysymyksiin tutkija tarvitsee vastauksia. Tutkija kysyy usein tutkimuksessa taustamuuttujia eli selittäviä tekijöitä kuten esim. sukupuolta, koulutusta ja sosioekonomista asemaa, joilla on merkitystä tutkittaviin asioihin. Kyselylomake pohjautuu tutkimussuunnitelmaan ja ne kuuluvat tutkimusprosessissa yhteen. Näin ollen kyselylomakkeessa kannattaa selvittää ainoastaan asioita, joita tutkimussuunnitelmassa tutkitaan. (Vilka, 2015, 105.) Kyselyä toteutettaessa käytännössä tulee muistaa se, että vastausjoukko on riittävä kyselyn tarkoitusta ajatellen (Kananen, 2015, 97).

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa oleellista on se, minkä suuruisesta ryhmästä tutkimustulos on saatu. Laadukkaissa tutkimuksissa tehdään selko hankkeen toteutuksesta, erilaisista virhelähteistä ja tulosten tulkintaa auttavista seikoista. (Hurtig, 2010, 81.)

Sähköinen kysely käytännössä vaatii internetsovelluksen. Tunnetuimpiin sähköisen kyselyn toteuttamistapoihin kuuluvat Webropol, Digium ja SurveyMonkey. Kyseisillä sovelluksilla voidaan tehdä kyselylomakkeet, kerätä vastaukset ja raportoida tulokset.

Tällä tavoin suoritettavan tiedonkeruun vahvuuksina pidetään edullisuutta, nopeutta ja vaivattomuutta. Digitaalisen kyselyn etu postikyselyyn verrattuna on sen reaaliaikaisen tiedonkeruun vaivattomuus. Sähköistä kyselyä on hyvä käyttää digitaalisen maailman ja siihen liittyvien ihmisten käyttäytymisen tutkimuksessa. Toisaalta sähköisten kyselyjen merkittävä lisäys on johtanut siihen, että kyseessä olevien kyselyjen vastausprosentit voivat jäädä alhaisiksi. Suurin haaste sähköisten kyselyjen toteuttamiselle on aineiston edustavuus ja tulosten yleistettävyys. Ongelmaksi muodostuu se, ettei otannassa välttämättä selviä se, millainen joukko kyselyyn vastaa. ”Ellei kysely perustu otokseen, tuloksia ei voi yleistää koskemaan koko perusjoukkoa”. (Ojasalo, 2014, 128-129.)

Webropol-kyselyn tietokantaan kootut vastaukset on tilasto-ohjelman helppo käsitellä heti aineiston koonnin jälkeen. Ohjelmatoimintojen avulla voidaan laatia automaattisesti yhteenveto kyselyn tuloksista ja valmiita taulukoita ja kuvioita saadaan näin ollen taulukkomuotoisena tiedostona tulostettavaksi (Heikkilä, 2014, 66-67).

Hyvässä kyselylomakkeessa on tärkeää selvyys ja kysymysten tulee olla tarpeeksi yksiselitteisiä. Kysymysten tulisi myös olla tarpeeksi tarkkoja, ei liian yleisluonteisia. Kysymysten pituus on oleellista ja kysymysten tulisi olla tarpeeksi lyhyitä, ei liian pitkiä. Kysymyksiä laadittaessa tulisi edetä kysymys kerrallaan. Kysymysvaihtoehdoissa tulisi olla ”ei mielipidettä”-vaihtoehto. Kysymyksiä suunniteltaessa parempi vaihtoehto on antaa vastaajalle monivalintavaihtoehtojen valintamahdollisuus kuin ”samaa mieltä” tai ”eri mieltä”-väittämät. Kysymysten laatijan tulisi miettiä kysymysten sopiva määrä ja järjestys kyselylomakkeessa. Sanavalinta on tärkeää. Lisäksi kysymykset tulisi laatia vastaajan ymmärtämällä kielellä ja sanavalinnoilla. (Ojasalo, 2014, 131.)

#### 8.1.1 Lomakekyselyn toteuttaminen

Kyselylomakkeen avulla yleensä kootaan tietoa mm. erilaisista yhteiskunnallisista ilmiöistä, ihmisten toiminnasta, mielipiteistä, asenteista ja arvoista. Kyselytutkimuksessa tutkija kysyy vastaajalle kysymyksiä kyselylomakkeen avulla. Kyselytutkimuksessa mitataksi lasketaan kysymykset, joilla pyritään arvioimaan erilaisia ilmiöitä kuten asenteita tai arvoja. (Vehkalahti, 2014, 11-12.) Tässä opinnäytetyössä käytettiin kyselylomaketta yhtenä tiedonhankintamenetelmänä. Kyselylomakkeen kysymykset jaotellaan monivalintakysymyksiksi, avoimiksi kysymyksiksi tai sekamuotoisiksi kysymyksiksi

(Vilkkä, 2015, 106). Tämän opinnäytetyön kyselylomake oli puolistrukturoitu kysely. Kyselyssä oli käytetty avoimia kysymyksiä strukturoitujen kysymysten lisäksi.

Kirjastonhoitaja laati kirjaston asiakkaille kyselyn Facebookista, missä kyseltiin mm. sitä onko heillä oma Facebook-profiili, ovatko he tutustuneet jonkin kirjaston Fb:iin ja millaiset Luhangan kunnan sivut tulisi olla. Kyselyllä haluttiin selvittää sitä, onko Luhangan kunnankirjaston asiakkailta kiinnostusta seurata tai tykätä Luhangan kunnankirjaston Facebook sivuista ja millaiset kirjaston sivut tulisi olla, ts. mitä materiaalia kirjaston sivujen olisi hyvä sisältää.

Facebook-kysely toteutettiin toukokuun ja kesäkuun 2017 välisenä aikana. Kysely toteutettiin lomakekyselynä Luhangan kunnankirjaston molemmissa toimipisteissä ja lisäksi Tammijärven Marttayhdistyksen jäsenille Tammijärven Marttayhdistyksen marttaillassa 9.5.2017. Kyselyyn pyydettiin vastauksia sattumanvaraisesti sen hetkisiltä kävijöiltä ja marttailtaan osallistujilta, jotka olivat iältään 17 tai yli. Kyselyssä ei ole eritelty kirjastossa vastanneilta asiakkailta kummassa kirjastossa he ovat vastanneet kyselyyn.

Kyselyssä kysyttiin neljässä ensimmäisessä kysymyksessä vastaajan liittyviä kysymyksiä eli vastaajan sukupuolta, ikää, ammattia ja tämänhetkistä asemaa. Vastausten analysointi oli numeraalista eli tilastollista käsittelyä. Seuraavat seitsemän kysymystä olivat avoimia kysymyksiä tai sekamuotoisia kysymyksiä ja niissä kyseltiin Facebookiin liittyviä kysymyksiä. Näiden kysymysten vastausten analysointi oli sekä tilastollista kvantitatiivisen tutkimusmenetelmien mukaista että kvalitatiivisten tutkimusmenetelmien mukaista. Tämän opinnäytetyön lomakekyselyn vastaukset liittyivät mixed methodsin mukaisten tutkimusmenetelmien tarkasteluun. Mixed methods -tutkimusmenetelmillä tutkitaan tutkimuskysymystä ja tehdään tutkimusta sekä kvantitatiivisten että kvalitatiivisten tutkimusmenetelmien avulla. Tällainen tutkimusstrategia on nimeltään monimetelmäinen tutkimusstrategia. (Jyväskylän yliopiston koppa.)

### 8.1.2 Webropol-kyselyn toteuttaminen

Kirjastonhoitaja laati Keski-kirjastoille Webropol-kyselyn elokuussa ja uusintakyselyn syyskuussa. Webropol-kysely on hyvä tiedonkeruumenetelmä postikyselyn tai puhelinhaastattelun rinnalla, koska tällöin voidaan saada riittävä otos vastauksia (Heikkilä, 2014, 66). Linkki kyselyyn välitettiin mahdollisille vastaajille sähköpostitse. Kyselyn tarkoitus oli selvittää, millaiset Facebook sivut Keski-kirjastoilla on. Kyselyssä kyseltiin 22 Keski-kirjastojen johtajilta tai muulta henkilöstöltä kunkin kirjaston omasta Facebookista mm. kirjaston Fb -sivujen tykkääjien/seuraajien määrää, kuinka usein sivuja päivitetään ja millaista aineistoa sivuilla on. Kyselyssä oli 16 kysymystä. Kyselyyn tuli 14 vastausta, joista Pihtiputaan ja Viitasaaren kirjastojen eli Wiitaunionin puolesta tuli yksi vastaus.

Tässä kyselyssä oli kaksi ensimmäistä kysymystä pakollisia ja loppuihin kysymyksiin vastaaminen oli vapaaehtoista. Näin otettiin huomioon se, mikäli vastaajakirjastolla ei ole käytössä omia Facebook-sivuja.

Keski-kirjastoilta vastauksia tuli seuraavilta kirjastoilta: Äänekosken kaupunginkirjastolta, Laukaan kunnankirjastolta, Uuraisten kunnankirjastolta, Karstulan kunnankirjastolta, Kivijärven kunnankirjastolta, Multian kunnankirjastolta, Joutsan kunnankirjastolta, Jämsän kaupunginkirjastolta, Saarijärven kaupunginkirjastolta, Kinnulan kunnankirjastolta, Petäjäveden kunnankirjastolta, Kannonkosken kunnankirjastolta ja Toivakan kunnankirjastolta. Viitasaaren ja Pihtiputaan eli Wiitaunionin aluekirjastolta tuli yksi yhteinen vastaus. Valitettavasti kaikki Keski-kirjastot eivät vastanneet kyselyyn, sillä vastauksia ei saatu seitsemältä kirjastolta Webropol-kyselyn uusintapyynnöstä huolimatta.

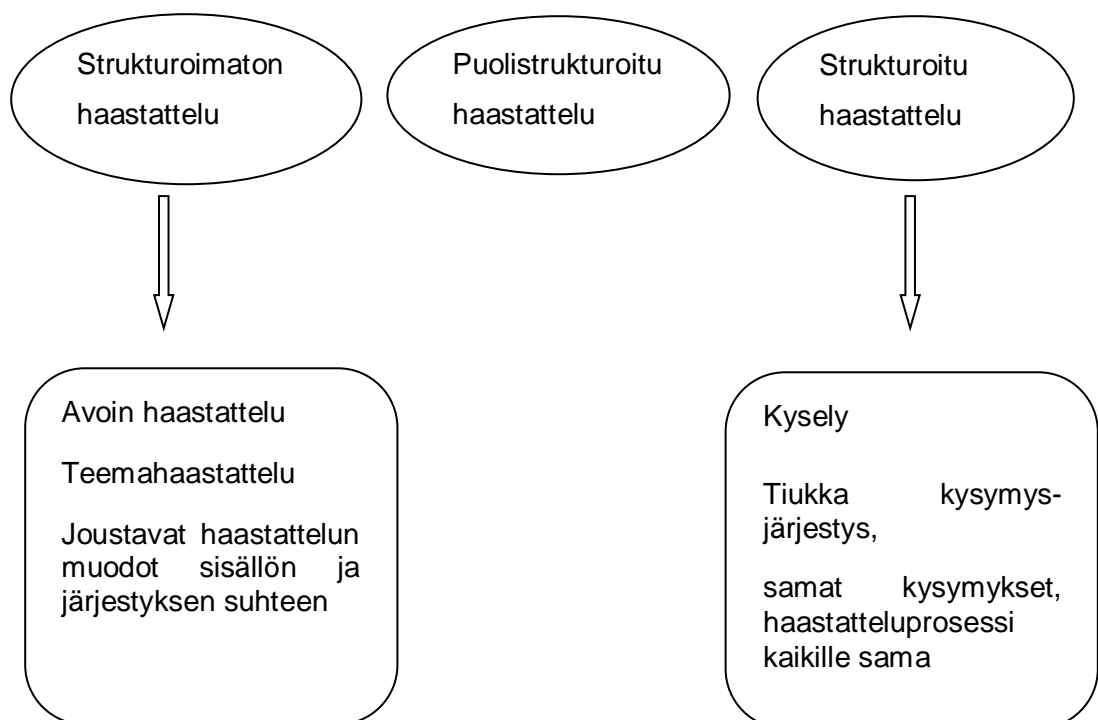
Yleensä ottaen Keski-kirjastoissa 17 kirjastolla 23 kunnankirjastosta on oma Facebook. Tässä yhteydessä Pihtipudas ja Viitasaaren kunnankirjastot on laskettu eri kunnankirjastoiksi. Seuraavilla kirjastolla ei ole vielä omia Facebook-sivuja: Petäjäveden, Kannonkosken, Kinnulan, Kuhmoisten, Muuramen ja Konneveden kunnankirjastoilla ([www.keski-kirjastot.fi/web/kirjastot-somessa](http://www.keski-kirjastot.fi/web/kirjastot-somessa)). Kannonkosken kirjasto puolestaan käyttää kunnan Facebook-kanavaa, Kannonkoski Rulesia tiedottaakseen kirjastonsa asioista.

## 8.2 Haastattelut ja niiden toteuttaminen

Haastattelua pidetään hyvänä tiedonkeruumenetelmänä tutkimus- ja kehittämistyössä ja se mahdollistaa syvällisen tiedonkeruun kehittämisen kohteesta. (Ojasalo, 2014, 106.)

Haastattelua on hyvä käyttää toimintatutkimuksessa silloin, kun pyritään etsimään tietoa tutkimuksen ongelmista ja kun pyritään analysoimaan ongelmia ja selvittämään syitä. Sen avulla pyritään ottamaan selville osapuolten näkemykset ongelmat, seuraukset ja syyt ja saadaan ongelmasta oikeaa tietoa, jonka avulla pyritään ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä. Haastateltaessa haastattelija ja haastateltava pyrkivät olemaan luottamuksellisessa suhteessa, jolloin haastateltava vaikuttaa tutkimusongelman hahmotamisessa, seurausten ja syiden kartoittamisessa. (Kananen, 2015, 81.)

Haastattelun eri muotoja ovat strukturoimaton haastattelu, puolistrukturoitu haastattelu ja strukturoitu haastattelu (Kananen, 2015, 82).

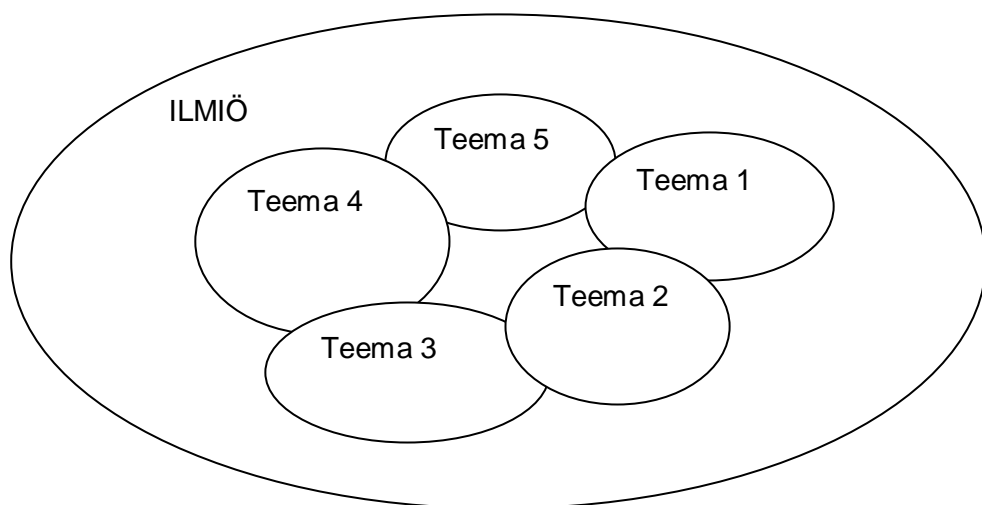


Kuvio 10. Haastattelun muodot (mukaillen Kumar 2011, 144; Kananen, 2015, 82)

Haastatteluja voidaan Kanasen mukaan nimetä osallistujamäärän mukaan yksilö- tai ryhmähaastatteluiksi. Kysymystyyppin mukaan voidaan haastattelut luokitella lomakehaastatteluksi (kysely), teemahaastatteluksi tai syvähaastatteluksi (avoin haastattelu). Lomakehaastattelu kuuluu kvantitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmiin. Teemahaastattelu ja syvä haastattelu puolestaan ovat kvalitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmiä. (Kananen, 2014b, 70-71.)

Strukturoidussa haastattelussa kysymykset laaditaan valmiiksi etukäteen ja ne tulee kysyä ennalta määrättyssä järjestyksessä. Puolistrukturoitu haastattelu puolestaan on sellainen, jossa kysymykset on tehty ennakkoon, mutta kysymysten esittämisjärjestys voi muuttua haastattelun kuluessa. Avoimessa haastattelussa haastattelija ja haastateltava käyvät avointa vuoropuhelua haastatteluaiheesta tai -ongelmasta. Puolistrukturoitu ja avoin haastattelu ovat hyviä tiedonkeruumenetelmiä silloin, kun selvitetään jonkin ilmiön merkitystä tai vaikutusta osallistujille ja taustatyön tekemisessä ennen kuin ryhdytään kvantitatiivisen tutkimuksen tekoon. Näin menetellään myös silloin, kun tuloksia analysoidaan kvantitatiivisessa tutkimuksessa ja laaditaan yksittäisiä mittareita. (Ojasalo, 2014, 108-109.) Laadullisessa tutkimuksessa strukturoiduilla kysymyksillä pyritään ymmärtämään ja selittämään tutkittavaa ilmiötä (Kananen, 2014b, 75).

Teemahaastattelu perustuu ongelman tai ilmiön selvittämiseen ja tulosten ja vaikuttavuuden mittaamiseen. Ja se kuuluukin näin ollen kvalitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmiin. Haastattelu voidaan toteuttaa yksilö- ja ryhmähaastatteluna. (Kananen, 2012, 101.)



Kuvio 11. Teemoilla pyritään tavoittamaan ilmiö ja saamaan ilmiöstä ymmärrys (Kananen, 2015, 83.)

## Haastatteluiden toteuttaminen

Luhangan kunnankirjaston kirjastonhoitaja teki kolme teemahaastattelua sosiaalisen median asiantuntijoille ja Keski-kirjastojen henkilöstölle. Vastauksista kaksi tehtiin puhelinhaastatteluna ja yksi haastattelu oli sähköpostitse. Puhelinhaastattelut tehtiin 31.10. ja 3.11.2017. Sähköpostitse saatiin vastaukset 26.10.2017.

Haastateltavat valittiin sillä perusteella, että asiantuntijat tai sosiaalisen median kanssa tekemisissä olevat henkilöt olivat haastatteluiden kohteena. Haastatteluilla haluttiin saada selville sosiaalisen median käytöstä ja muodoista yleisissä kirjastoissa. Teemahaastattelussa oli 5 teemakysymystä sosiaaliseen mediaan liittyen. Luonnollisesti haastattelutilanteessa kysyttiin jokaiselta puhelimella haastateltavalta lisää kysymyksiä kuhunkin teemakysymykseen liittyen.

Kaikki haastattelumuodot kuuluvat järjestelmälliseen tiedonkeruuseen. Laadullisen tutkimusmenetelmän haastattelumuotoihin sisältyvät lomakehaastattelu, teemahaastattelu ja avoin haastattelu. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelu, jossa tutkimusongelmasta nostetaan esille keskeiset aiheet ja teemat. Kysymysten esittämisjärjestyksellä ei ole merkitystä. (Vilkkä, 2015, 123-124.) Metodologisesti teemahaastattelussa pyritään tuomaan esiin haastateltavien käsityksiä ja tulkintoja käsillä olevista asioista. Etukäteen valitut teemat liittyvät oleellisesti tutkimuksen viitekehykseen. (Tuomi & Sarajarvi, 2009, 75).

Teemahaastatteluilla koottu aineisto on yleensä runsas ja sen analysointi on siten vaativaa (Hirsjärvi, 1988, 108). Tutkimusaineiston keruun jälkeen on vuorossa aineiston litterointi eli puhutun aineiston käsittelemistä tekstimuotoiseksi. Haastatteliija päättää itse litteroinnin tasosta eli kuinka tarkasti puhe muutetaan tekstimuotoon. Tutkimusaineisto voidaan litteroida kokonaan tai osittain. (Vilkkä, 2015, 138.) Tässä opinnäytetyössä aineisto on litteroitu kokonaan kaikkien kysymysten vastaukset huomioiden. Litteroinnissa ei ole käytetty litterointisymboleita ja kaikkia sidoste- ja tehostesanoja ei ole litteroitu.

### 8.3 Benchmarking ja sen toteuttaminen

Benchmarking eli vertailuanalyysi tai vertaiskehittäminen tarkoittaa menetelmää, jolla eri organisaatiot vertailevat toimintaansa tai prosesseja keskenään. Tavallisesti mallia otetaan paremmin toimivista organisaatioista. Vertaiskehittämisen avulla pyritään hahmottamaan oman toiminnan huonoja puolia ja heikkouksia ja kehittämään niitä. ([www.uef.fi/benchmarking](http://www.uef.fi/benchmarking))

Laatukeskuksen mukaan benchmarkingia pidetään menetelmänä, jossa otetaan mallia hyviltä esikuvilta. Tavoitteena on, että oma organisaatio ja sen toiminta kehittyisi vertailuanalyysin avulla, mikä auttaa organisaatiota vertailemaan sen omaa toimintaa muiden vastaavanlaisten organisaatioiden kanssa ja avustaa oppimisprosessissa ja osallistumisessa toisten organisaatioiden kanssa. Vertaileminen voi myös helpottaa tavoitteiden saavuttamisessa. Laatukeskus on määritellyt benchmarking -käsitteen seuraavasti: "benchmarking on menetelmä, jolla systemaattisesti opitaan hyviltä esikuvilta toimialasta riippumatta. Tarkoituksena on saada tietoja ja taitoja, jotka voidaan muuntaa tehokkaiksi oman yrityksen toiminnan parannuksiksi." (Benchmarking, 1998, 4-5.)

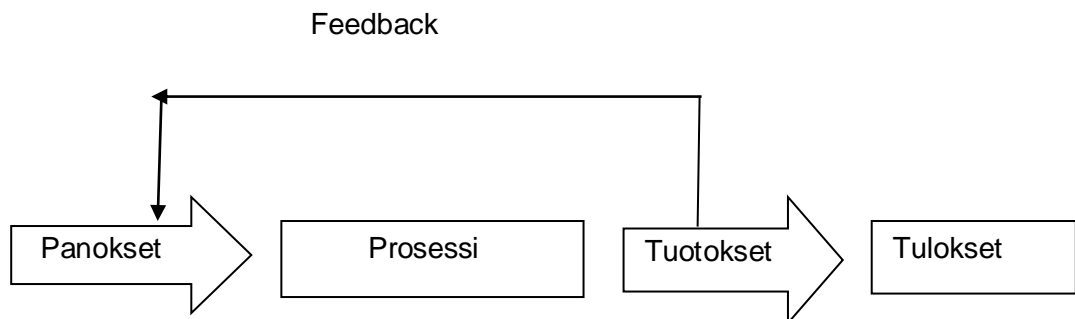
Benchmarkingia pidetään jatkuvana ja järjestelmällisenä prosessina, jolla arvioidaan tuotteita, palveluita ja prosesseja ja niiden suoriutumista. Myös Kari Tuomisen (2005, 5) mukaan vertailemisen avulla omaa organisaatiota ja sen toimintaa verrataan paremmin toimivan tai toimivien organisaation tai organisaatioiden toimintaan tai toimintoihin.

Vertaiskehittämistoimintaa järjestävät käytännössä ihmiset, jotka toimivat kehiteltävässä prosessissa vertaillen toimintatapojaan, palveluitaan tai tuotteitaan. (Benchmarking, 1998, 5.) Vertailua suoritetaan usein vierailuilla organisaatiossa, jonka kanssa pyritään omaa toimintaa analysoimaan. Muullakin tavoin on mahdollista tehdä vertailua, kuten hakemalla tietoa parhaista käytännöistä erilaisista julkaisuista tai internet-sivuilta. Lisäksi voidaan etsiä tietoa organisaation toiminnasta niiden tunnuslukuja tai mittareita hakemalla. Vertailuanalyysitoiminta on mahdollista organisaation sisällä, jolloin organisaation osat tai sen eri yksiköt vertailevat toimintaansa ja prosessejaan keskenään ja ottavat mallia toistensa hyvistä käytänteistä ja vievät niitä eteenpäin laajemminkin organisaatiossa. ([www.uef.fi/benchmarking](http://www.uef.fi/benchmarking))

Benchmarking-prosessiin kuuluu useampia vaiheita. Ensin määritellään mitä toimintaa tai toimintoja pitäisi parannella omassa organisaatiossa. Tämän jälkeen määritellään



vertailukohde eli etsitään sopiva organisaatio, jonka toimintoja halutaan verrata oman organisaation toimintoihin. Tämän jälkeen tulisi selvittää, kuinka oma organisaatio toimii ja kirjata toimintatavat ylös. Samalla tulisi havaita toimintatapojen kehittämistä estävät tekijät. Seuraavassa vaiheessa tulisi selvittää hyvin toimivan organisaation toimintatavat eli suorittaa vertailu organisaatioiden välillä ja kehitellä parhaat prosessit, menetelmät ja toimintatavat. Tämän jälkeen laaditaan tavoitteet oman organisaation kehittämiseksi. Seuraavassa vaiheessa tehdään muutoksen suunnittelu, toteuttamisaikataulu ja aikataulun toteutus. Lopuksi jatkuvalla arvioinnilla pyritään takaamaan asetettujen tavoitteiden saavuttaminen. (Tuominen, 2016a, 10; Tuominen, 2016b, 9.)



Mitä tarjotaan? Askelten sarja, peräkkäisyys    Mitä tuotetaan? Suorituskyvyn mittaus  
Jokaisen askeleen parhaat käytännöt

Kuvio 12. Benchmarking-prosessit mukailtuna (Camp, 1995, 25)

### Benchmarkingin toteuttaminen

Luhangan kunnankirjaston kirjastonhoitaja vertasi Luhangan kunnankirjastoa toiseen pieneen kirjastoon Uuraisten kunnankirjastoon. Tämän opinnäytetytön kirjoittaja on toiminut benchmarkkaajana ja häntä kutsutaan tässä tutkimuksessa havainnoijaksi. Havainnoija kävi tutustumassa Uuraisten kunnankirjastoon 10.8.2017, jossa hänet otti vastaan Uuraisten kunnankirjaston johtaja Minna Puntala. Uuraisten kunnankirjasto on aloittanut tänä vuonna omatoimikirjastopalvelut. Kirjaston palkkalistoilla on tällä hetkellä kaksi vakituista työntekijää ja yksi oppisopimuskoulutuksessa oleva henkilö. Kirjasto toimii 1995 käyttöön otetussa rakennuksessa, jossa toimii pelkästään kirjastotoimi.

Koska Uuraisten kunnankirjastossa on ollut käytössä Facebook muutaman vuoden ajan, niin havainnoija päätti verrata Uuraisten kunnankirjaston sosiaalista mediaa Luhangan kunnankirjaston vastaavaan. Tutustumiskäynnin jälkeen havainnoijaa teki sähköpostikyselyn Uuraisten kirjastonjohtajalle, joka vastasi kyselyyn nopeasti.

Koska Luhangan kunnankirjastossa on Facebook otettu käyttöön elokuussa 2017 ja Uuraisilla huhtikuussa 2010, niin kirjastonhoitaja pyrki vertailemaan Uuraisten ja Luhangan kunnankirjastojen sosiaalista mediaa ja saamaan neuvoja ja vinkkejä kuinka Luhangan kunnankirjastossa voitaisiin kehittää sosiaalista mediaa ja mitä sosiaalisen median palveluja Luhangassa otettaisiin käyttöön lähitulevaisuudessa. Tässä opinnäytetyössä on verrattu etupäässä Facebookin toimintaa Uuraisilla ja Luhangan kunnankirjastoissa. Lisäksi Uuraisilla on otettu tämän vuoden loppukesästä käyttöön Instagram.

Benchmarking toteutettiin Uuraisten kirjastokäynnin lisäksi sähköpostikyselyllä. Sähköpostikysely Uuraisten sosiaalisesta mediasta tehtiin heti käynnin jälkeen Uuraisten kirjastonjohtajalle. Sähköpostikyselyssä kyseltiin ennen kaikkea Uuraisten kunnankirjaston Facebookista ja mahdollisista muista kirjaston sosiaalisen median muodoista. Kirjastonjohtaja vastasi kyselyyn nopeasti ja edesauttoi tältä osin hienosti benchmarkingin suorittamista.

Tässä opinnäytetyössä pyritään suorittamaan benchmarking-prosessi ja jatkossa Luhangan kunnankirjaston on tarkoitus verrata lisää sosiaalista mediaa Uuraisten ja Luhangan kunnankirjaston kanssa. Tuominen kirjassaan Benchmarking: jatkuvan kehittämisen konsepti mainitsee kehittämistoiminnan tavoitteeksi mm. asiakastyytyväisyyden parantamisen (Tuominen, 2016c, 5). Tähän pyritään tässä työssä kirjastojen vertailulla.

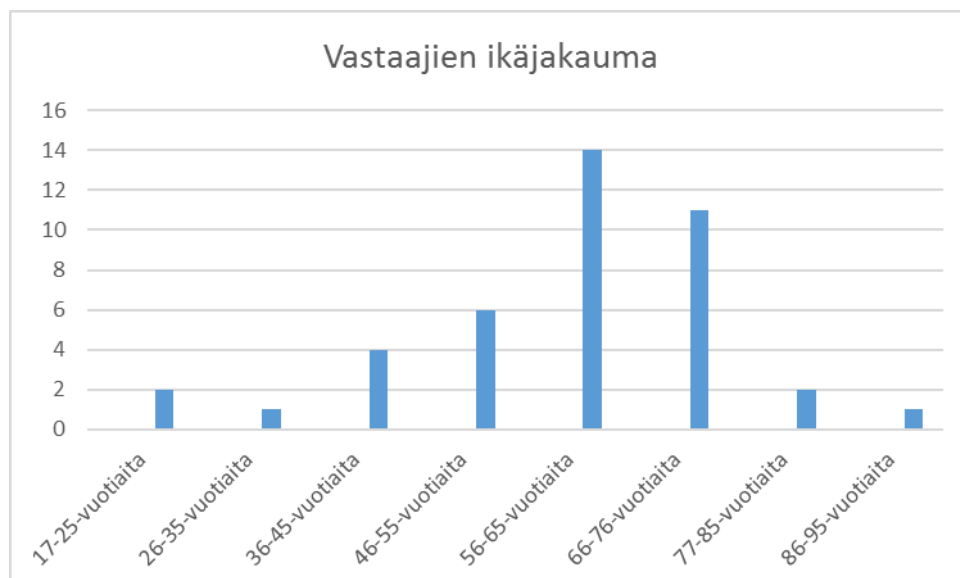
## 9 TUTKIMUSTULOKSET JA YHTEENVETO

### 9.1 Lomakekysely

Kyselyyn vastasi 41 kirjaston asiakasta. Kyselyssä kyseltiin taustatietoina vastaajan sukupuolta, ikää, ammattia ja senhetkistä toimintaa eli onko vastaaja töissä, työtön, opiskelija, kotiäiti tai eläkkeellä. Kyselyyn vastanneista naisia oli 33 henkilöä ja miehiä kahdeksan henkilöä.

Vastaajien ikä vaihteli huomattavasti. Kaksi henkilöä kuului iältään 17-25 -vuotiaisiin. 26-35-vuotiaita oli yksi henkilö ja 36-45-vuotiaita oli puolestaan neljä henkilöä. 46-55-vuotiaita kyselyyn vastanneista oli kuusi henkilöä. Suurin vastausryhmä oli 56-65 -vuotiaita eli 14 henkilöä. Myöskin 66-75-vuotiaisiin kuuluvia henkilöitä oli paljon suhteessa muihin vastausryhmiin eli 11 henkilöä. Sen sijaan 76-85-vuotiaita oli kaksi henkilöä ja 86-95-vuotiaita yksi henkilö. Kyselyihin vastanneiden ikä kertoo paljon Luhanگان kunnankirjaston toimipisteiden kävijöistä, sillä paikallisessa kirjastossa asioi yleensä paljon keski-ikäisiä naisia.

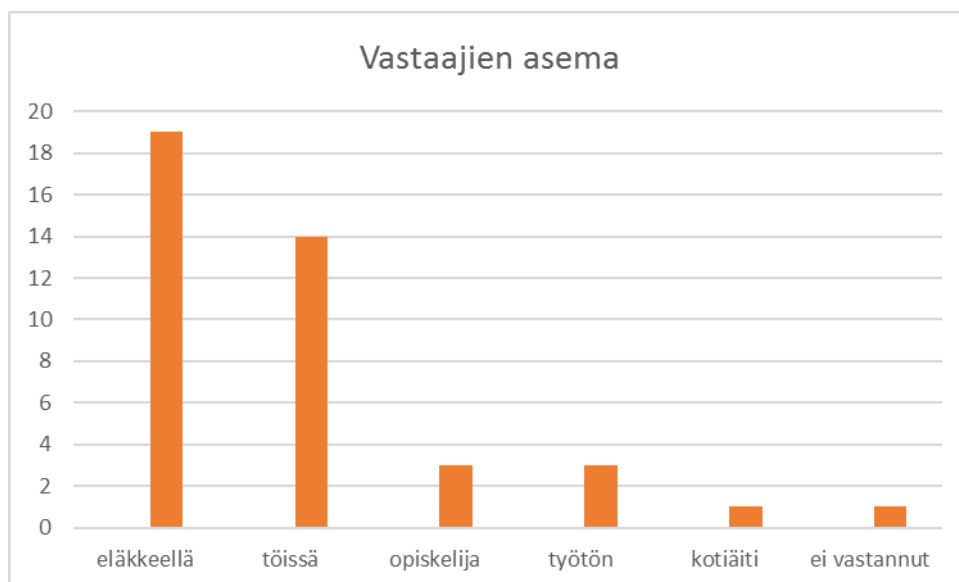
Taulukko 5. Vastaajien ikäjakauma.



Vastaajien ammattinimekkeitä oli mainittu kyselyssä jokseenkin selkeästi. Tosin kuusi henkilöä ei maininnut ammattia ja yksi ammattinimeke oli mainittu epäselvästi. Opiskelijoita oli kolme henkilöä. Jaottelin ammatit hoito-, opetus-, lastentarha-, sosiaali-, toimistotyö-, maatalous- ja kaupalliseen alaan. Lisäksi erottelin toimittajat, ravintolatyöntekijän, arkkitehdin, papin, postinjakajan ja yrittäjät omiksi ryhmikseen. Vastaajissa oli eniten hoito- ja opetusosalta eli kummassakin ryhmässä oli kuusi vastaajaa. Kaupallisen alalla toimivia vastaajia oli viisi henkilöä ja yksi toimistotyöntekijä. Lastentarha-alalla työskenteleviä vastaajia oli kaksi ja sosiaalialalla yksi vastaaja. Vastaajissa oli kaksi yrittäjää ja kaksi maatalouden alalla työskentelevää henkilöä. Lisäksi vastaajissa oli kaksi toimittajaa, yksi pappi, yksi arkkitehti, yksi postinjakaja ja yksi ravintolatyöntekijä.

Seuraavaksi kysymyksessä kysyttiin vastaajien senhetkistä asemaa; oliko vastaaja töissä, työtön, eläkkeellä, opiskelija vai kotiäiti. Vastaajista suurin osa eli lähes puolet oli eläkkeellä eli 19 henkilöä. Töissä vastaajista ilmoitti olevansa 14 henkilöä eli yksi kolmasosa vastaajista. Opiskelijoita oli kolme, työttömiä kolme, kotiäitejä yksi ja yksi henkilö ei ilmoittanut nykyistä toimintaansa. Vastaukset korreloivat hyvin vastaajien ikää.

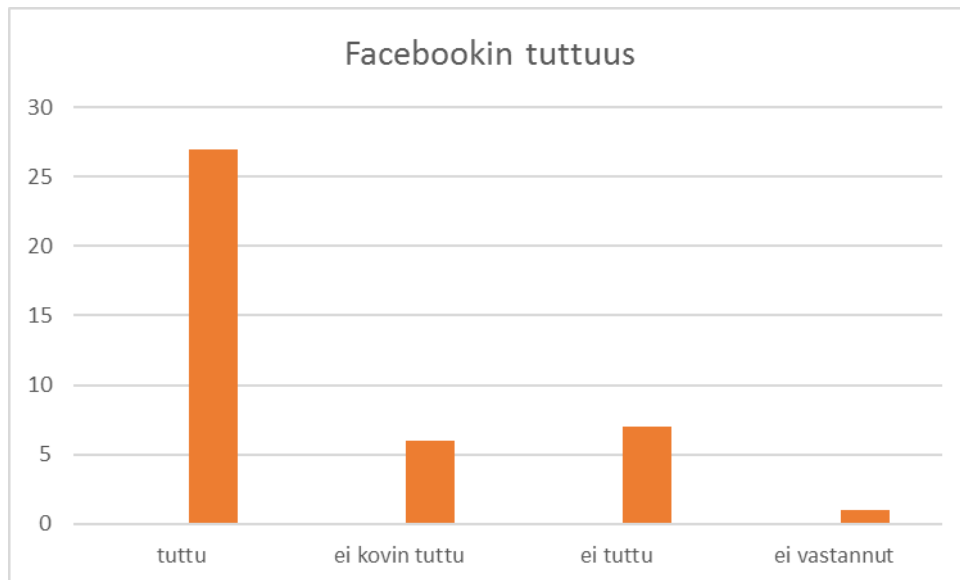
Taulukko 6. Vastaajien asema.



Kyselyn 5. kysymys koski Facebookin tuttuutta yleensä eli ts. tietävätkö vastaajat Facebookin eli onko se heille tuttu. Facebook oli tuttu 27 henkilölle eli reilusti yli puolet vastaajista tunsi sen. Facebook ei ollut kovin tuttu kuudelle henkilölle ja he siis tiesivät

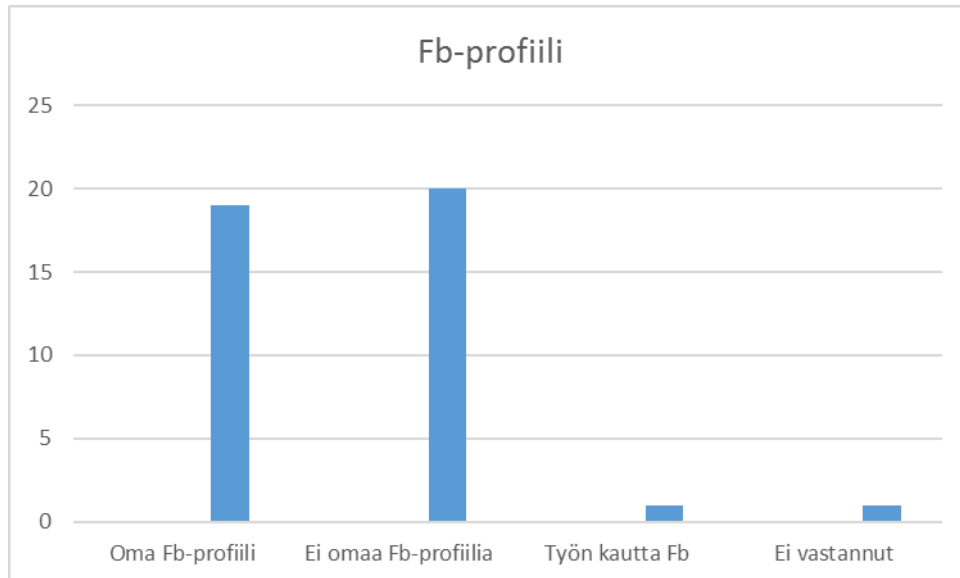
sen. Seitsemälle henkilölle kyseessä oleva somen palvelu ei ollut laisinkaan tuttu. Yksi henkilö ei vastannut kyselyyn laisinkaan.

Taulukko 7. Facebookin tuttuus



Kyselyn 6. kysymyksessä kysyttiin ovatko vastaajat itse Facebookissa, onko heillä oma Facebook-profiili. Vastaajista lähes puolella oli omat sivut eli 20 oli tai oli ollut Facebook -profiili, joista yksi henkilö ei ole enää omista profiilia. Ja lähes puolella vastaajista ei ole omaa profiilia eli 19 henkilöä vastasi ettei heillä ole omia sivuja. Yksi ilmoitti olleensa työn kautta Facebookissa ilman omia sivuja. Yksi henkilöä ei vastannut kysymykseen.

Taulukko 8. Asiakkaiden Facebook-profiili



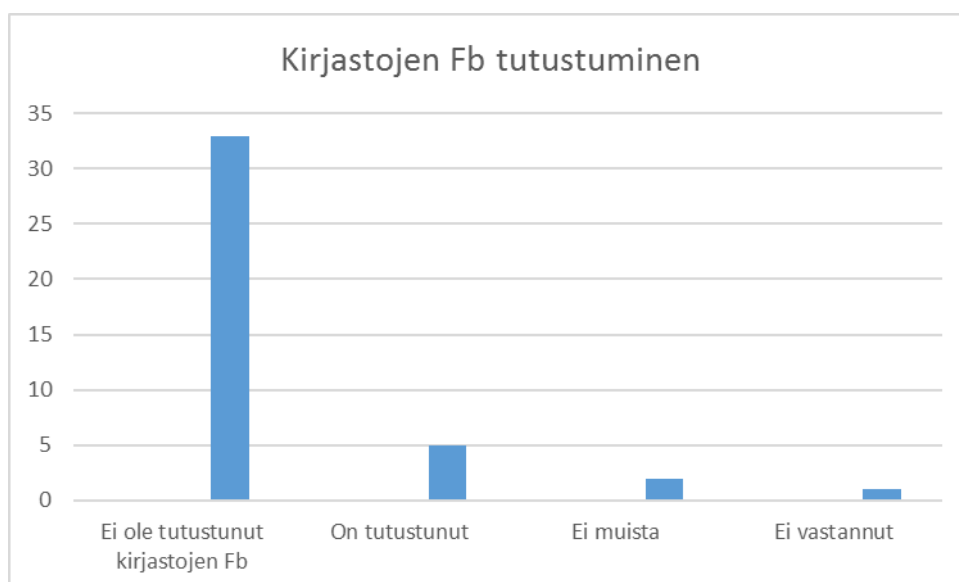
Seuraavassa kysymyksessä kysyttiin kauanko vastaajat ovat olleet Facebookissa. Kyselyyn vastanneista, joilla on omat sivut, ovat sivut olleet suurimmalla osalla varsin kauan. Alle vuoden ei ole ollut Facebookissa kukaan vastaajista. Vastaajista 1-2 vuotta on ollut kolme henkilöä, 2-5 vuotta neljä henkilöä, 5-7 vuotta kolme henkilöä ja yli 7 vuotta kuusi henkilöä. Yksi henkilö ilmoitti olleensa Facebookissa kauan ja yksi henkilö joitakin vuosia. Kolme henkilöä ei vastannut kysymykseen.

Taulukko 9. Asiakkaiden Facebookissa oloaika



Suurin osa vastaajista ei ollut tutustunut jonkun kirjaston Facebook-sivuihin. Vastaajista 33 ilmoitti, ettei ole tutustunut minkään kirjaston sivuihin. Vastaajista viisi henkilöä ilmoitti tutustuneensa jonkin kirjaston Facebook-sivuihin. Heistä kaksi henkilöä oli tutustunut Jyväskylän kaupunginkirjaston sivuihin, yksi henkilö Helmet -kirjaston sivuihin ja yksi ihminen Mäntsälän kunnankirjaston sivuihin. Yksi, joka oli tutustunut jonkun kirjaston sivuihin, ei vastannut minkä kirjaston sivuihin oli tutustunut. Kaksi henkilöä ei vastannut kysymykseen ja yksi henkilö ei muistanut oliko tutustunut jonkun kirjaston sivuihin.

Taulukko 10. Asiakkaiden tutustuminen kirjastojen Facebookiin



Seuraavassa kohdassa kyseltiin sitä, millainen Luhangan kunnankirjaston tuleva Facebook-sivun/profiilin tulisi olla. 16 henkilöä ei joko vastannut kysymykseen tai ei tiennyt millainen kirjaston tulevan Facebook-profiilin tulisi olla. Viiden vastaajan mielestä kirjaston sivujen tulisi olla helppo käyttää. Kaksi henkilöä oli lisäksi sitä mieltä, että sivujen tulisi olla lisäksi informatiivisia ja yksi henkilö vastasi, että kirjaston tulisi lisäksi järjestää opastusta sivujen käytössä. 1 henkilön mielestä profiilin tulisi olla mielenkiintoinen ja 1 henkilön mukaan houkutteleva ja vuorovaikutteinen. Viiden henkilön mielestä sivujen tulisi olla selkeitä. Seuraavassa heidän vastauksiaan:

Selkeä, moderni, faktat helposti löydettävissä

Selkeä, ajankohtaista, suosituksia, mainosta

Selkeä, houkutteleva. Kuvat ovat kivoja, kirjaston aukioloaikojen ja yhteystietojen olisi hyvä olla helposti löydettävissä

Lisäksi 10 vastaajaa kertoi tässä kysymyksessä, millaiset kirjaston sivujen tulisi olla. Tässä kaksi vastausta:

Olisi kiva, että siellä esiteltäisiin uutuuskirjoja, ehkä nostetaan suosikkikirjoja esille, kerrotaan kirjaston muusta toiminnasta esim. lukupiirit. Aukioloajat.

Mukavaa olisi info näin vain osan vuodesta asuvalle: tapahtumista, uusista kirjahankinnoista, mahdollisista lainattavissa olevista välineistä

Kymmenessä kysymyksessä kyseltiin sitä, mitä aineistoa tai linkkejä kirjaston Fb- sivujen tulisi sisältää. 18 henkilöä ei joko vastannut kysymykseen tai vastasi ettei tiedä, mitä sivut tulisivat sisältää. Kaksi henkilöä vastasi, että sivuilla tulisi kuntaan tai paikallisiin yhteisöihin liittyvää aineistoa. Yksi vastaus oli seuraavanlainen:

Tietoa oman kunnan kulttuurisesti merkittävistä henkilöistä, linkkejä kunnan tapahtumista

20 henkilön mielestä sivujen tulisi sisältää kirjauutuuksien esittelyjä, kirjavinkkejä, tietoa kirjailijoista ja tietoa kirjaston tapahtumista. Kysymykseen tuli mm. tällaisia vastauksia:

Kirjaesittelyjä, tapahtumavinkkejä, uutuusesittelyjä, tietoa kirjoista tai kirjailijoista, palvelujen esittelyjä

Uutuuskirjat, tapahtumat, mahdollisuus kommentoida lukukokemuksia

Linkki aineiston hakuun, linkkejä kirjailijoiden haastatteluihin tai uutuuskirjoista kertoville sivuille, mikäli sellaisia löytyy

Uutuudet, esim. Luhankaan liittyvää ja sivuavaa aineistoa

Linkkejä kirjailijoiden profileihin

Kirja-arvosteluja, kävijöiden arviointeja ja kommentteja, tietoja uusista kirjahankinnoista

Vuodenaikojen mukaan vaihtuvia lukuvinkkejä, luontokirjat, ruokakirjat, satokalenteri

Uutuuskirjoja ja kustantamoiden sivuista mahdollisesti kunnassa oleviin tapahtumiin

Kyselyn viimeinen kysymys koski sitä, että aikooko vastaaja vierailla kirjaston sivuilla ja tutustua niihin, kun Luhangan kunnankirjaston Facebook- sivut on perustettu. 23 vastaajaa vastasi, että aikoo tutustua kirjaston sivuihin. Viisi vastaajaa vastasi, että todennäköisesti. Yksi henkilö vastasi, että miehen Fb-tunnusten kautta ja yksi henkilö vastasi, että jos sivuille pääsee itse liittymättä. Viisi henkilöä vastasi, että ehkä tutustuu sivui-



hin. Kolme henkilöä vastasi ettei aio vierailla tai tutustua sivuilla. Yksi henkilöä vastasi, että tuskin. Yksi henkilö ei tiennyt vieraileeko sivuilla ja yksi henkilö ei vastannut kysymykseen.

### **Yhteenveto**

Lomakkeen kysymyksien teko onnistui kohtalaisen hyvin. Tosin kahdessa kysymyksessä oli jatkokysymys, joten olisi ollut selkeämpää, mikäli ne kysymykset olisi jaoteltu eri kysymyksiksi. Tästä huolimatta asiakkaat vastasivat hyvin niihin kysymyksiin. Vastauksista vastausten lukija sai yleensä hyvin selvän, ainoastaan yksi ammattilyhenne jäi hieman epäselväksi.

Kaikki ne asiakkaat, joilla oli oma Facebook-profiili, olivat yleensä sitä mieltä, että he aikovat tutustua Luhangan kunnankirjaston tuleviin sivuihin. Ja ne asiakkaat, joilla oli Fb-profiili esittivät yleensä mielipiteitä siitä, millaisia kirjaston sivujen tulisi olla ja mitä aineistoa tai linkkejä kirjaston Facebookin tulisi sisältää. He yleensä vastasivat kaikkiin kysymyksiin. Asiakkaat, joilla ei ollut omia sivuja, eivät välttämättä vastanneet kaikkiin kysymyksiin. Osa heistä vastasi kuitenkin siihen, mitä aineistoa Luhangan kunnankirjaston Fb-sivut tuli sisältää. Suurin osa vastaajista, joilla ei ollut omia sivuja, ei vastannut siihen, mitä aineistoa tulisi olla kirjaston sivuilla.

Taustakysymysten vastausten perusteella kävi ilmi, että kaikenikäisillä ja eri ammatissa työskentelevillä ja työskenneillä henkilöillä oli oma Fb-profiili. Tässä ei ollut mitään poikkeavaa verrattuna tutkimuksiin sosiaalisesta mediasta yleensä.

Olisi ollut hyvä, jos olisi tehty toinen lomakekysely samoilta asiakkailta sen jälkeen kun kirjaston Fb-sivut olivat valmiit. Toisessa kyselyssä olisi kysely siitä, että tutustuivatko he kirjaston Facebook-sivuihin tai aikovatko he tutustua sivuihin. Koska lomakekysely oli tehty nimettömänä, niin jatkokysely on mahdoton toteuttaa samoille ihmisille.

### **9.2 Webropol-kysely**

Webropol-kyselyyn vastanneista kirjastoista Facebook on ollut käytössä vuodesta 2010 alkaen Uuraisten, Äänekosken ja Laukaan kunnankirjastoilla. Joutsan kunnankirjaston Facebook-sivut on otettu käyttöön keväällä 2011 ja Jämsän kaupunginkirjaston kesällä 2011. Saarijärven kaupunginkirjasto on perustanut omat Facebook-sivunsa keväällä 2012. Karstulan kunnankirjaston Fb-sivut ovat olleet käytössä vuodesta 2013. Viitasaa-

ren kunnankirjastolla on ollut oma sivunsa vuodesta 2015, samoin Multian kunnankirjastolla ja Kivijärven kunnankirjastolla. Toivakan sivut on perustettu elokuussa 2016. Petäjäveden kunnankirjastolla ei ole suunnitelmissa perustaa Facebook-sivuja resurssipulan takia. Kinnulan kunnankirjastolla on suunnitelmissa perustaa omat Facebook-sivunsa, mutta kirjasto katsoo tarpeellisemmaksi tällä hetkellä järjestää omatoimikirjastoasiat kuntoon ja myös henkilöstön määrä asettaa omat haasteensa.

Kirjastojen Facebook-sivut on luonut tavallisimmin kunkin kunnan kirjaston henkilöstö. Karstulan kunnankirjaston sivut perusti kirjastovirkailija opiskellessaan kirjastovirkailijan ammattitutkintoa. Kirjastojen Fb-sivuja päivittää kirjastojen henkilöstö. Suuremmilla kirjastoilla on tavallisimmin useampi sivujen päivittäjä. Joillakin kirjastoilla jopa kolme henkilöä päivittää sivuja. Kirjastojen Facebookia päivitetään useimmiten kerran viikossa, kahdeksan vastaajaa ilmoitti näin. Yksi vastaaja ilmoitti päivittävänsä sivuja useammin kuin kerran viikossa ja kaksi vastaajaa kerran kahdessa viikossa.

Kirjastojen Fb-sivujen seuraajien määräksi ilmoitettiin Kivijärvellä, Multialla ja Toivakassa 100-200 seuraajaksi, Joutsassa, Laukaassa, Uuraisilla, Saarijärvellä, Viitasaarella ja Karstulassa 200-500 seuraajaksi. Äänekoskella ja Jämsässä seuraajien määrän vastattiin olevan 500-100 henkilöä. Kirjaston sivujen tykkääjien määrä oli 100-200 kolmessa kirjastossa eli Kivijärvellä, Multialla ja Toivakassa. Karstulassa, Viitasaarella, Saarijärvellä, Uuraisilla, Laukaassa ja Joutsassa. Jämsässä ja Äänekoskella sivujen tykkääjiä sanottiin olevan 500-100 henkilöä. Seuraajien ja tykkääjien määrä oli suurin piirtein samanlainen kaikissa kirjastoissa. Yllättävän pienissä kirjastoissa kuten Joutsassa, Toivakassa ja Hankasalmella oli suhteellisen paljon sivujen tykkääjiä/seuraajia.

Kyselyssä tiedusteltiin sitä, millaista aineistoa kirjastolla on organisaationsa Facebook-sivuilla. Kirjastot vastasivat, että tavallisimmin kuvia ja juttuja omista tapahtumista, paljon linkkejä lukemis-, kirjallisuus- ja kirjastoaiheisiin juttuihin. Myöskin aukioloajoista on tietoa ja kunnan eri kulttuuritapahtumista. Yksi vastaaja ilmoitti, että Fb-sivuilla on

tapahtumainfot, poikkeusaukiolot ym. tiedotteet, puffeja omista aineistonäytelystä ja Keski-kirjastojen yhteisistä palveluista (e-aineisto)

Toinen vastaus oli, että sivuilla on

aineistovinkkejä, tapahtumatiedotusta, kirjallisuusaiheisten linkkien jakamista, kuvia kirjastosta

Eräs kirjasto kertoi, että heidän sivuillaan on

mainoksia ja kuvia tapahtumista, aiemmin oli viikoittainen sarja lainavinkeistä, harjoittelijoiden ja kesänuorten terveisiä, myös juttuja kirjaston kulisien takaa (esim. kirjaston alkusammutuskoulutuksesta), tämän kesän uusi juttu on kirjan-nimirunot, joita asiakkaat ovat saaneet lähetellä

Yhden keskikokoisen kirjaston vastaus oli, että

ilmoitetaan tapahtumista, aukioloaikojen muutoksista, kirjastoauton liikennöinnin muutoksista, linkki tuoreimpaan uutuuksiluetteloon, lähetetään live-videoita tapahtumista, jos mahdollista kirjasto- ja kirjallisuusaiheisia linkkejä, markkinoidaan aineistoa

Toinen keskikokoinen kirjasto ilmoitti, että heidän Fb-sivulla on

ilmoituksia, kuvia ja jälkmainontaa tapahtumista; valokuvia ja videoita esim. kirjastoautosta ja kirjanäyttelyistä

Keski-kirjastojen Facebookissa asiakkaat tykkäävät ja seuraavat eniten paikallisia tapahtumia, tapahtumien ilmoituksia ja juttuja niistä. Kuudessa vastauksessa mainittiin paikalliset tapahtumat. Lisäksi seurataan tunnettuihin henkilöihin ym. liittyviä tapahtumia ja kuvapäivityksiä. Videoita seurataan ja tykätään myös. Yksi kirjasto mainitsi, että lapsiin ja vanhuksiin liittyvät postaukset ovat suosittuja. Yksi vastaus kuului näin

ajankohtaista, paikallista ja hauskaa, ei liian asiapitoista. Joskus suosio/reagoimattomuus voi yllättääkin

Toinen vastaus kysymykseen oli seuraavanlainen

sellaiset, jossa on mukana asiakkaita; he tietysti jakavat juttuja omille sivuilleen ja koko suku ja tuttavapiiri käyvät vilkaisemassa. Tarkoitan esim. juttuja Vuoden kirjastonkäyttäjän julkistuksesta ym."

Ja yksi vastaus on tällainen

Yksi kirjasto vastasi, että omat jutut ovat seuratuimpia ja tykättyimpiä ja muihin sattumuksiin liittyvät päivitykset esimerkiksi kirjaston titteläisten kommentit ovat olleet suosittuja

Neljä kirjastoa mainitsi, että palautetta kirjaston Facebookista on tullut vähänlaisesti tai palaute on ollut lähinnä aineiston tykkäyksiä. Viisi kirjastoa puolestaan ilmoitti, että on tullut positiivista palautetta Facebookista. Yksi kirjasto kertoi, että

Facebookia kiitetään hyväksi tiedotuskanavaksi ja esimerkiksi tapahtumatuotannon osalta näyttää sitä, että asiakkaat seuraavat aktiivisesti mitä kirjastolla tapahtuu. Kunnan viestintäohje käyttää nykyään myös somea. Sitä koskevassa yhteis-palaverissa tuli esille myös epäluuloja julkishallinnollista sometoimintaa kohtaan, pelätään häiriökäyttäytymistä. Asiantunteva kouluttaja hälventää pelkoja

Webropol-kyselyyn vastanneet kirjastot vastasivat Uuraisten kunnankirjastoa lukuun ottamatta, että heillä ei ole muita sosiaalisen median muotoja käytössä. Uuraisten kir-

jasto vastasi, että heillä on käytössä Instagram. Uuraisilla Instagram on ollut käytössä vuoden 2017 loppukesästä lähtien.

Lopuksi kyseltiin kirjastojen henkilöstön mielipiteitä sosiaalisesta mediasta kirjastosanne ja yleensä sosiaalisesta mediasta. Vastauksia tuli seuraavassa:

Fb tavoittaa osan ihmisistä ja siellä on hyvä olla rennompaa ja vapaamuotoisempi kuin nettisivuilla

Hyvä työkalu moneen kunhan valitsee sellaisen välineen, jonka käyttöön resurssit riittävät. Esimerkiksi Facebook-sivusto, jota päivitetään todella harvoin, tuskin toimii. Twitterillä ei ole meidän kirjastossamme mitään mahdollisuuksia sen vaatiman kiihkeän päivitysrytmin takia.

Kun yksilön tietosuoja paranee, joutuuko poistamaan henkilökuvat, ellei kirjallisia lupia kuvien käytöstä ole

Fb on kirjaston kannalta hyvä juttu, nopea ajanhermolla oleva tiedotusväline ja käytän henkilökohtaisesti sitä melko paljon

Fb on koettu hyväksi asiaksi, meillä on paljon loma-asukkaita asiakkaina ja Fb:n kautta he voivat olla mukana menossa myös kotipaikkakunnillaan. Nuorisollehan Fb taitaa alkaa olla vähän vanhanaikainen media... Pitäisi varmaan ottaa käyttöön "nuorekkaampaakin" somea, mutta ei sitä kaikkeen voi revetä!

Fb on meille tärkeä, aina ensimmäinen kanava esim. poikkeustilanteista tiedottamiseen, mutta ei toki kattava. Sosiaalinen media on nykypäivänä välttämätön kanava

Facebook tavoittaa nopeasti pienehkön osan asiakkaista, mutta varsinaiseen tiedottamiseen tarvitaan lisäksi muita medioita. Facebookiin voidaan laittaa myös kaikenlaista "kivaa" innostamaan ja herättämään uteliaisuutta kävijöissä, mutta tuskinpa sen kautta saadaan uusia asiakkaita

Facebook on kätevä tiedotuskanava, kattavuus ylivoimainen varsinkin +30 ikäluokassa...Viestintäkanavana asiakkaiden kanssa Fb ei ole kirjastolla juurikaan käytössä, yksityisviestejä tulee harvoin. Kirjaston Fb-profiilille muodostunut rooli lähinnä yksisuuntaisena ilmoitustauluna on toisaalta hyvä siinä mielessä, ettei työaikaa ole tarvinnut ainakaan tähän mennessä varata "asiakaspalveluchatin" pitämiseen. Nuoremman kohderyhmän tavoittaisi esimerkiksi Installa, mutta pysyäkseen kiinnostavana tiliä pitäisi päivittää usein, kerran päivässä tai vähintään monta kertaa viikossa. Jos henkilö- ja työaikaresurssit sallisivat, käytettäisiin esim. uutuusaineiston markkinointiin ja tapatumatiedotuksiin. Twitter olisi periaatteessa tärkeä julkisorganisaatietiedottamiseen, mutta se vaatisi jatkuvaa seurantaa ja nopeaa reagoitua, johon ei myöskään ole resursseja.

Yhden keskikokoisen kirjaston kirjastonhoitaja kirjoitti yleensä sosiaalisesta mediasta näin:

periaatteessa somepalvelut ovat kattavuudeltaan ja tavoitavuudeltaan ylivoimaisia välineitä organisaatietiedotukseen ja viestintään, kun valitsee kohderyhmät parhaiten tavoittavat alustat... Toisaalta nykyisin monet tärkeät keskustelun-avaukset isoiltakin toimijoilta käytännössä hukkuvat erilaisiin somekohuihin ja hyödyttömään taustakohina-huuteluun, joten herää kysymys tarvitseeko kirjaston edes ottaa paineita ehtimisestä reagoida kaikkeen reaaliaikaisesti? Voitaasiinko

olla rohkeasti erilaisia ja korostaa niitä asioita joista kirjastot on perinteisesti tunnettuja: analogisesta hitaudesta, keskittymisestä ja syventymisestä yhteen asiaan kerrallaan, jopa harvinaiseksi käyvästä kasvokkaisesta kohtaamisesta? Kirjastojen kannattaneen valita suurista somepalveluista viestintäkanavaksi yksi (esim. Fb) tai muutama ja pitäytyä niissä niin kauan kuin palvelu näyttää tavoittavan kohderyhmästä suurimman osan. Somekenttää on hyvä kuitenkin seurata ja tarkkailla olisiko jokin uusi nouseva palvelu kirjaston ja sen kohderyhmien kannalta tarpeellinen ja kiinnostava. Henkilökohtaisessa käytössä suurten somejätien palvelut mahdollisimman vähän sekä yksityisyydensuoja että ajanhallinta syistä.

## Yhteenveto

Ajankohta Webropol-kyselyn tekemiseen oli huono, sillä ensimmäinen kysely lähetettiin kaikkien Keski-kirjastojen edustajille elokuussa. Silloin oli menossa vielä kesälomakausi. Toinen kysely lähetettiin syyskuussa. Tähän kyselyyn vastasi vielä muutama henkilö. Oli harmi, että esimerkiksi Jyväskylän kaupunginkirjasto ei vastannut tähän kyselyyn ollenkaan. Syyksi ilmoitettiin kiire. Jyväskylän vastausten puuttuminen vaikutti siihen, että vastaukset, mitä sosiaalista mediaa Keski-kirjastoissa on, olivat yksipuolisia. Jyväskylässä on erilaista sosiaalista mediaa enemmän kuin muissa Keski-kirjastoissa. Tosin haastatteluissa tämä kävi ilmi. Tämän Webropol-kyselyn perusteella voidaan ilmoittaa, että Keski-kirjastoissa on 2/3 kirjastolla Facebook ja yhdellä kirjastolla Instagram, muita sosiaalisen median muotoja kyselyyn vastanneet kirjastot eivät ilmoittaneet.

Webropol-kysymykset olivat kohtalaisen lyhyitä ja niihin vastaaminen ei vienyt kovin paljon aikaa. Tosin kyselyyn vastaaminen edellytti sitä, että vastaaja oli tekemisissä kirjastonsa Facebookin kanssa. Ne kirjastot, joilla sitä Facebookia ei ollut, pystyivät vastaamaan kyselyn muutamaa peruskysymyksen.

Vastaajat olivat kaikki selvillä hyvin Facebookista ja vastaajista osa päivitti itse kirjastonsa sivuja. Näin ollen he myös tiesivät kirjastonsa Facebookista oleellisia asioita. Koska kysely oli suunnattu Keski-kirjastojen johtajille, niin joissakin kirjastoissa johtaja vastasi kyselyyn. Tällöin saattoi käydä niin, että johtaja itse ei tehnyt Fb -päivityksiä eikä näin ollen vastannut kaikkiin kysymyksiin, kuten kuinka paljon kirjaston sivuilla on seuraajia/tykkääjiä ja millaista aineistoa seurataan eniten. Osa kirjastojen johtajista välitti kyselyn kirjastonsa Fb-sivujen päivittäjille, jotka vastasivat kaikkiin kysymyksiin. Kyselyn laatijan olisi ollut hyvä painottaa sitä, että kyselyyn vastaajan olisi voinut olla sivujen päivittäjä, jolla on eniten tietoa asiasta.

Kyselyn perusteella selvisi, että pienten kirjastojen Fb-sivuilla on yllättävän hyvin seuraajia. Kuva-teksti-yhdistelmä tapahtumista kerää paljon seuraajia. Huumoriakaan ei pidä unohtaa.

### 9.3 Teemahaastattelut

Teemahaastatteluissa kysyttiin haastateltavilta ensiksi sitä, millaista sosiaalinen media on nykyisin ja millaista se oli esim. viisi tai kymmenen vuotta sitten. Kymmenen vuotta sitten yhden vastaajan mukaan netissä oli esillä viestintäkeinoja, joissa oli esillä nykyisen sosiaalisen median piirteitä, esim. IRC-galleria, pikaviestipalveluja ICQ, Messenger ym. Facebookin käyttöönotto vähensi edellä mainittujen palveluiden käyttöä ja käyttäjämassat siirtyivät Facebookin käyttäjiksi.

#### **Yksityisyydensuoja ja näkyvyys**

Vastaaja on sitä mieltä, että yksityisyydensuoja tulisi olla paremmin huomioitu sosiaalisessa mediassa ja näkee yksityishenkilöiden välisessä viestinnässä somepalveluiden yksityisyydensuojan kehityksen hyvin tervetulleena ilmiönä. On hyvä, mitä enemmän käyttäjillä on vapautta valita ja arvioida mille toimijalle haluavat tietojaan luovuttaa ja mikä on yksityisyydestä luopumisen kustannushyötysuhde missäkin palvelussa. Haastateltavan mielestä organisaatiossa asia on päinvastainen: mitä suuremman kattavuuden kohderyhmiin saa päivityksellä yhteen tai pariin somepalveluun niin sitä parempi. Ja siinä asiassa Facebook on käytännössä paras vaihtoehto. Hän ei näe, että kirjastojen kannattaisi maksaa Facebook näkyvyydestä, vaikka Fb markkinoikin maksettua mainostilaa aktiivisesti myös julkisorganisaatioille. Koska kirjasto ei ole yritys eikä kaupallinen toimija, parempi vaihtoehto on hankkia kaveriksi ja seuraajiksi esim. järjestöjä ja kunnan muita toimijoita, jotka levittävät kirjaston postauksia aivan ilmaiseksi.

#### **Jyväskylän kaupunginkirjaston sosiaalinen media**

Toinen vastaaja kertoi, että moni asia on muuttunut 5-10 vuodessa. Kysymyksessähän on pitkä aika. Vastaajan mielestä sosiaalinen media on kaupallistunut ja mainoksia on entistä enemmän. Tavallaan on nykyisin vaikeampi saada ääntään kuuluville esim. Facebookissa. Myöskin kirjaston on vaikeampi saada näkyvyyttä ilman mainoksia. Näkyvyydestä pitäisi maksaa. Vastaaja kertoi, että Jyväskylässä sosiaaliseen median palveluita ovat Facebook, Instagram, Youtube, blogi ja Flickr. Jyväskylän kaupunginkirjastolla on pääkirjaston musiikkiosastolla oma Facebook-sivustonsa, samoin joillakin

lähikirjastoilla. Sosiaalinen media tuli Jyväskylän kaupunginkirjastoon reilut viisi vuotta sitten haastateltavan mukaan, ensin oli Youtube ja Facebook ja myöhemmin muita muotoja. Alku oli enemmän tiedottamista sosiaalisessa mediassa ja myöhemmin rennompaa ilmaisua.

### **Haastateltavien toiminta sosiaalisen median parissa**

Toisessa kysymyksessä keskusteltiin millaisen sosiaalisen median parissa haastateltavat työskentelevät nykyisin. Yksi vastaajista päivittää Äänekosken kirjastojen Facebook-profiilia yleensä pari kertaa viikossa: tapahtumapuffeja, poikkeusoloaukioloaikoja, ilmoituksia, kuvia kirjastojen arjesta ym. Välillä vastaaja postaa monta kertaa päivässä, jos jokin julkaisu herättää keskustelua tai sitä täytyy muokata esim. tapahtumatiedot muuttuvat. Lisäksi vastaaja käyttää samaista kirjaston organisaatioprofiilia kommunikointiin yhteistyökumppanien kanssa: nuorisotoimi, kulttuuritoimi, perhekeskustoiminta, taidemuseo ja näiden tapahtumien edelleen jakamiseen. Kaksi Jyväskylän kaupunginkirjaston työntekijää päivittää kirjaston Facebook-sivustoja. Toinen vastaaja laittaa lisäksi kirjaston live esityksiä ja kirjatrailereita YouTubeen. Toinen vastaaja on lisäksi pääkäyttäjä ja on mukana miettimässä, millaista sosiaalista mediaa tarvitaan Jyväskylän kaupunginkirjastossa. Hän myös ratkoo sosiaalisen median ongelmatilanteita.

### **Mitä mieltä haastateltavat ovat sosiaalisesta mediasta?**

Kolmannessa teemakysymyksessä kysyttiin sitä, millaista sosiaalista mediaa kirjastoissa käytetään nykyisin. Facebookia näyttäisi käyttävän suurin osa kirjastoista, lisäksi varsinkin isoimpien kirjastojen lasten- ja nuortenosastot Instagramia ja jotkut osastot videoiden esim. kirjatrailereiden jakelualustana YouTubea.

Seuraavaksi keskusteltiin siitä, mitä mieltä vastaajat olivat sosiaalisesta mediasta. Yksi vastaaja oli sitä mieltä, että koska suuri osa kansasta käyttää Facebookia, niin se on olennainen kanava, jonka kautta kirjasto myös pystyy pitämään yhteyttä asiakkaisiin. Hänen mielestään Facebook voi tuoda kirjaston asiakkaiksi uusia asiakkaita, vaikkakin se on hänen mukaansa pieni osa koko asiakaskunnasta. Toinen asiakas ilmoitti, että sosiaalinen media on tavallaan arkipäiväistynyt ja on välttämätön paha siinä mielessä, että nykyään kuuluu olla sosiaalista mediaa. Ja kaikki sellaiset kanavat, joilla voidaan tavoittaa asiakkaita ja joilla asiakkaat voivat tavoittaa meitä, niin niitä pitäisi koittaa hyödyntää. Hänen mielestään sosiaalinen media on tavoittanut Jyväskylän kaupunginkirjastossa sellaisia asiakkaita, joita se ei muuten olisi tavoittanut; esim. joku tapahtuma tai ehkä paremminkin uusi palvelu, jos siitä kerrotaan Facebookissa, niin kyllä se voi

tavoittaa ihmisiä paremmin kuin mikään muu tiedote. Jos esim. lehdessä on jokin pieni juttu, jossa ei ole kuvitusta, niin sitä ei ihmiset välttämättä huomaa, mutta jos se on Facebookissa, niin ihmiset huomaavat sen paremmin ja voivat jakaa viestiä eteenpäin.

### **Millaista sosiaalista mediaa kirjastoissa tulisi olla?**

Seuraavaksi kysyttiin, ja millaista sosiaalista mediaa kirjastoissa olisi hyvä olla. Ja millaista sosiaalinen media voisi olla esim. pienessä kunnankirjastossa. Yhden vastaajan mielestä

Facebook-näkyvyyttä pidetään nykyään organisaation oletusarvona, muut some-palvelut ovat vaihtoehtoisempia ja siitä riippuen mitä kohderyhmää halutaan tavoittaa. Pienempien ja isompienkin kirjastojen haasteena on varmasti päivittämiseen ja mahdollisen kommentoinnin seuraamiseen kuluva työaika. Välillä nousee esiin reaaliaikaisen chatin tarjoaminen kirjaston asiakaspalvelukanavana. Helmet-kirjastoissa ainakin taidetaan käyttää myös asiakaspalvelu-chatia yhtenä viestintäkanavana. Samanlaisena voisi ajatella Facebookin chatia tai Snapchatiakin esim. lasten- ja nuortenkirjastotyössä, mikä on periaatteessa hyvä lisä palveluihin, mutta ne sitovat todella paljon työaikaresursseja. Chat voisi toimia esim. neuvonnan tiskipalvelussa oheistoimintona, jos live-asiakkaita on vähän

Haasteltavan käytännön havaintoja kirjastosomesta ovat:

kuvapäivityksistä tykätään yleensä aina enemmän kuin pelkästä tekstistä, videoita varmaan kannattaisi tehdä myös, mikäli vain olisi aikaa tehdä hyviä videoita, yksityisviestejä tulee harvoin, mutta jos niitä tulee, niin niihin on hyvä reagoida pikaisesti, julkisiin seinäkommentteihin on hyvä reagoida myös nopeasti, varsinkin pitäisi vastata kysymyksiin. Toisten toimijoiden julkaisuja omalla seinällä ja kaessa kannattaa lisätä jokin omakin kommentti, varsinkin, jos alkuperäisestä julkaisusta ei käy selvästi ilmi esim. kuka järjestää ja missä ja onko kirjaston omaa toimintaa vai jonkun muun kirjaston tiloissa esim. perhekeskustoiminnan vauvakahvila tänään kirjastossa

Toisen vastaajan mielestä kirjastoissa, esim. pienessä kunnankirjastossa tulisi olla tavallaan mahdollisimman helppoa somea, jotain sellaista, mikä ei vie liikaa aikaa, esim. Instagram, mikä on kätevä muoto ja siihen liittyy aina kuva tai video, mikä tekee siitä mukavamman palvelun kuin Facebook, joka on edelleen hyvin toimiva sosiaalisen median muoto, vaikkakin se voi olla jonkun mielestä poispäin menossa. Aika moni henkilö seuraa sitä vieläkin, joten sitä on hyvä käyttää viestintävälineenä esim. poikkeuksellisista aukioloajoista tiedottamiseen.

Kolmannen henkilön mielestä Facebook olisi se muoto, jos jonkun somen muodon pieni kunnankirjasto haluaa ottaa käyttöön. Instagram on vähän harvinaisemmin käytetty, sillä ei välttämättä tavoita niin paljon asiakkaita kuin Facebookilla. Keski-kirjastoissakin 2/3 on käytössä Facebook. Aika paljon pienillä kunnilla on Facebookissa seuraajia ja



tykkääjiä, ja Fb on ihan hyvä lisä tiedotuskanavana ja se on rennompia keskustelukanava ja sillä voi nopeasti tiedottaa, jos on jotain poikkeavaa.

### **Sosiaalisen median tulevaisuus**

Viimeisenä aihealueena oli sosiaalisen median tulevaisuus ja millaisen sosiaalisen median parissa haastateltavat työskentelevät tulevaisuudessa. Erään vastaajan mielestä sosiaalisen median tulevaisuutta on yhtä vaikea ennustaa kuin koko internetin tulevaisuutta. Melko varmaa on, että organisaatioilta tullaan odottamaan entistä vahvempaa ja myös reaaliaikaisempaa someläsnäoloa sekä visuaalisempaa sisällöntuotantoa kuten säännöllisiä kuvapäivityksiä, videoita, ehkäpä live-streamiakin tapahtumista. Käyttäjäkunnat tulevat todennäköisesti pirstaloitumaan entisestään eri somealustoille, ja eri somepalveluilta käytetään enenevästi eri tarkoituksiin ja eri sidosryhmien kanssa viestimiseen. On mahdollista, että nykyisten somejättien monopolit murtuvat laajamittaisella tavalla tai toisella hyvinkin pian, jolloin on alettava miettiä, mitä uusista ja nousevista palveluista julkisorganisaation kannattaa viestinnässään priorisoida. Joka tapauksessa paluuta vanhaan printtimedia- ja kirjaston eteisen ilmoitustaulu-viestintään ei nykyisillä tietoliikenneyhteyksillä varmasti ole näkyvissä. Lähitulevaisuudessa yritetään varmaan kirjastoissakin parhaamme mukaan pysyä kärryillä missä somessa minkäkin segmentin asiakaskunnasta parhaiten tavoittaa ja minkälaista viestintää ja sisältöä millekin alustalle on mahdollista, kannattavaa ja ko. yleisölle kiinnostavaa tuottaa.

Toinen vastaaja oli sitä mieltä, että Facebook on vielä käytössä tulevaisuudessakin samoin Instagram. Tulevaisuudessa on käytössä enemmän niitä sosiaalisen median muotoja, jotka ovat kuvapainotteisia, joissa siis julkaistaan kuvia ja lyhyitä tekstejä siinä kuten Instagramissa. Toinen kuvapainotteinen palvelu on Pinterest, jota ei ole käytössä Jyväskylän kaupunginkirjastossa, mutta Helsingin ja Tampereen kirjastoissa käytössä. Myöskin videoita levittävät somen palvelut yleistyvät tulevaisuudessa, sillä somen nopeus lisääntyy. Koska asiakkaat ovat tottuneet siihen, että saavat kysymyksiinsä pikaiset vastaukset, niin näin ollen tulevaisuudessa sellaiset palvelut lisääntyvät, mitkä tuottavat sisältöjä nopeasti.

Kolmas vastaaja oli sitä mieltä, että tulevaisuudessa sosiaalista mediaa on entistä enemmän. Tavallaan tilanne on se, että kaikkea tulee lisää, mitään ei jää pois eli tavallaan kaikkien entisten kommunikaatiokanavien, viestintäkanavien ohelle tulee muitakin tapoja, muitakin kanavia. Todennäköisesti otetaan taas uusia somealustoja käyttöön ja välttämättä muut eivät jää pois.

## Yhteenveto

Haasteellista oli saada haastateltavia. Teemahaastattelu tehtiin vain kolmelle henkilölle. Haastateltavia yritettiin saada useampia, mutta osa ehdokkaista kieltäytyi suoraan ja osa henkilöistä jätti vastaamatta sähköpostitse esitettyyn haastattelupyyntöön. Valitettavasti sosiaalisen median asiantuntijalta ei liennyt aikaa teemahaastattelulle. Näin ollen haastattelin puhelimitse kahta sosiaalisen median parissa työskentelevää Keski-kirjastojen työntekijää ja yksi henkilö kiireistään huolimatta vastasi teemahaastatteluun sähköpostitse.

Materiaalia haastatteluista kertyi varsin runsaasti. Joten aineistoa oli saatavilla Keski-kirjastojen sosiaalisesta mediasta ihan hyvin. Tällä kertaa Jyväskylän kaupunginkirjaston kaksi henkilöä kertoi Jyväskylän kaupunginkirjaston sosiaalisesta mediasta. Yleensä ottaen Jyväskylän kaupunginkirjaston sosiaalisesta mediasta pystyy pienempikin kirjasto ottamaan mallia ainakin osittain. Luonnollisesti Jyväskylässä henkilöstö-, aika- ja taloudelliset resurssit ovat toisenlaiset kuin pienessä kunnankirjastossa.

Jyväskylän kaupunginkirjaston haastatellut henkilöt antoivat hyvin neuvoja siitä, millaista sosiaalista mediaa pieni kunnankirjasto voisi tarjota. Luhangan kunnankirjaston sosiaalisen median tarjonta lähitulevaisuudessa voisikin olla näin ollen laajempi. Kirjastohan on ottanut käyttöön sosiaalisen median hiljattain. Sähköpostitse teemahaastatteluun vastannut äänekoskelaisen kirjaston työntekijä kirjoitti hyviä vastauksia esillä olleisiin teemoihin ja hän osasi hienosti pohtia sosiaalista mediaa. Mitä sosiaalinen media oli aikaisemmin ja mitä se on nykyisin. Sosiaalinen media on hänen mukaansa nykypäivää ja kirjastot miettivät millaista sosiaalista mediaa ne tarjoavat tulevaisuudessa eri asiakasryhmille. Jyväskylän toinen työntekijöistä oli sitä mieltä, että sosiaalinen media kirjastoissa lisääntyy tulevaisuudessa ja uusiakin sosiaalisen median muotoja voi tulla kirjastokentälle.

Haastatteluissa tuli esille sosiaalisen median kaupallistuminen ja mainonta. Kirjastojen sosiaalista mediaa on mahdollista markkinoida kaupallisesti laajemmallekin asiakaskunnille. Pieni kirjasto kuten Luhangan kunnankirjasto tuskin markkinoi Facebook aineistoa kaupallisesti isommillekaan ryhmille määrärahojen pienuuden takia. Ja yleensä ottaen onko kirjaston tarjoaman sosiaalisen median oltava kaupallista ja sisältävän paljon maksettua mainontaa?

## 9.4 Benchmarking

Ensiksi kysyttiin sitä, milloin Uuraisten Facebook-sivut on luotu. Kirjastonjohtaja vastasi, että Uuraisten Facebook-sivut on luotu 9.4.2010. Uuraisten kunnankirjastossa Facebook on ollut siis käytössä peräti seitsemän vuotta, joten Uuraisten kunnankirjastolla on kokemusta kirjaston toiminnasta Facebookissa.

### **Uuraisten kunnankirjaston Fb:n seuraajat ja tykkääjät**

Seuraava kysymys koski Uuraisten Facebook-sivujen seuraajia/tykkääjiä eli ts. miten paljon kirjastolla on seuraajia ja tykkääjiä. Vastauksena tuli, että Uuraisten Facebook-sivuilla on seuraajia 350 ja tykkääjiä 366 henkilöä 14.8.2017. Uuraisten kirjaston Fb-sivujen seuraajatilanteesta sen verran, että seuraajien määrä on lisääntynyt vuosien varrella, koska kirjasto informoi kunnan kotisivuilla [www.uurainen.fi](http://www.uurainen.fi) ja Uuraisten kunnankirjaston Fb- sivut ovat kaikille avoimet sivut; asiakkaiden ei tarvitse itse olla Facebookissa jäsenenä. Haasteltava kirjoittaa, että jos johonkin kirjaston tekemään päivitykseen tulee tykkääjiä, niin kirjaston henkilöstö kutsuu tykkäämään/seuraamaan sivuja, jos ei jo ole tykkääjä. Usein samat tykkääjät ovat aktiivisia julkaisuista toiseen; tosin kaikki eivät ilman kehotusta ala tykätä itse sivuista, vaan heidät kutsutaan erikseen, jos huomataan uusia tykkääjiä jonkin julkaisun alla.

Seuraava kysymys liittyi Facebook-sivujen seuraajien/tykkääjien aktiivisuuteen. Kirjastonjohtajan mukaan aktiivisuus näkyy toimintana; seuraajat/tykkääjät tulevat esimerkiksi tapahtumiin, katsomaan näyttelyitä, lainaamaan aineistoa ym. Myöskin aktiivisuus näkyy tykkäämisenä, ei niinkään vireänä keskusteluna. Yllättävästi Facebookissa ollut kirja-arvonta sai suuren suosion. Seuraajien aktiivisuus ilmenee näin ollen erilaisena reagoitina: tykkäämisenä, asiakkuutena eri muodoissaan eli osallistutaan kirjaston tuottamiin tapahtumiin, lainataan Facebookissa esiteltäviä aineistoja ym. Uuraisten kirjaston sivujen tykkäysten määrä vaihtelee. Osa julkaisuista on ”huippujulkaisuja”, jotka saavat huomiota ja tykkäyksiä poikkeuksellisen paljon. Niissä on usein ollut hieman vapaamuotoisempi ja hauskakin sisältö. Ajankohtaiset paikalliset tapahtumat ja kuvat, joissa on lapsia tuntuvat usein saavan kirjastonjohtajan mukaan positiivista reagoitina, mutta joskus vieläkin suuri suosio voi yllättää tai se, ettei jokin julkaisu esim. näy kovin laajalle joukolle, kun kirjasto ei ole ollut aktiivinen pidempään aikaan ja julkaisu jää ilmeisesti pahasti ”varjoon” eikä tykkäyksiä tule. Selkeää syytä tykkäyksiin ei välttämättä

ole. Haastateltava kirjoittaa, että tykkäysten määrän vaikuttaa lähinnä julkaisujen sisältö ja kenties se, mihin aikaan päivästä/viikosta ne ovat julkaistu.

### **Uuraisten kunnankirjaston Fb-aineisto**

Millaista aineistoa/materiaalia Uuraisten Fb-sivuilla on? Kirjastonjohtaja vastasi, että perustiedot löytyvät sivuilta ja niitä pyritään päivittämään. Toisaalta osa perustiedoista, esim. aukioloaika- ja -paikat, tuodaan esille usein omina päivityksinä, esimerkiksi kesän 2017 omatoimiviikko, jotta tulee näkyvyyttä. Sivulta löytyy aineistovinkkejä, tapahtumätiedotteita, kuvia tapahtumista, ajankohtaisia kuulumisia esimerkiksi ennen omatoimiviikkoa oli kuva ja hauska päivitys lainauspalautusautomaatista. Uutena kirja-arvonnat eli ”kumman näistä kirjoista haluaisit omaksi ja miksi” tuotti yllättävän ison aktiivisuuden. Lisäksi linkkejä kiinnostaviin juttuihin, usein teemana kirjasto: kirjastoaineistot, lasten ja nuorten lukemisharrastus, kirjastonkäyttäjien ”onnellisuus”, tässä vain taivas on rajana.

### **Sivujen päivitys**

Havainnoija kyseli seuraavaksi sitä, kuka Uuraisten kunnankirjastossa päivittää kirjaston Facebook-sivuja ja onko sillä useampia päivittäjiä esimerkiksi vuosilomien aikana. Kirjastonjohtaja kirjoittaa, että kirjaston henkilökunta päättää päivityksistä, pääkäyttäjinä ovat kirjastonjohtaja ja kirjastovirkailija. Heillä on molemmilla omat tyyli päivityksissä; päivityksiin ei laiteta nimeä perään. Uuraisten henkilöstö on suunnitellut, että julkaisujen näkyville tulon ajatustoimintaa aletaan testata lähiaikoina, mikä helpottaisi ajankäyttöä ja toisi enemmän suunnitelmallisuutta esimerkkinä nuo loma-ajat. Sivuja pyritään päivittämään kerran viikossa jotain sisältöä-periaatteella, josta yritetään pitää kiinni. Toisinaan on viikon aikana enemmän päivityksiä, joskus ei ole ollenkaan. Uuraisten kunnankirjasto on pieni yksikkö eikä kukaan ehdi päivityksiin päivittäin paneutua.

### **Millaista aineistoa Fb-sivuilla on ja tulisi olla?**

Millaisesta Facebookin aineistosta Uuraisten kunnankirjaston sivujen seuraajat pitävät eniten? Haastateltava vastaa, että hauska, paikallisesta, ajankohtaisesta ja kuvissa on hyvä näkyä uuraslaisia, mielellään lapsia. Kirjavinkkarivierailujen kuvat ovat olleet suosittuja. Johtaja huomauttaa, että tarvitaan kuvausluvat, kun julkaisuissa on alaikäisiä kuvissa.

Havainnoija kyseli neuvoa Uuraisten kirjastonjohtajalta, että millaista materiaali/aineistoa hänen mielestään olisi hyvä olla Luhangan tulevilla Facebook-sivuilla. Kir-

jastonjohtaja kirjoittaa, että paikallista, ajankohtaista, kiinnostavaa. Lukemisharrastus on linkeissä aina hyvä teema. Kiinnostavuus varmaan riippuu paljon siitä, ketkä löytävät sivut. Uurainen ei erityisesti kosiskele nuoria, koska nuorten mielestä Fb on kai ”aika last season”, mutta Uuraisten kunnankirjaston työntekijät luottavat siihen, että tieto lasten ja nuorten tapahtumista menisi aikuisten kautta. Näin kertoo kirjastonjohtaja:

Jossain muualla toiminee muunlainen strategia. Tiedotus aktiivista myös kunnan sivuilla, lehdistutaiheita tarjotaan itsekin paikallisuutisiin ym. Kun sivut on luotu, sopiva tyyli varmaan muotoutuu käytön myötä, näin ainakin meillä Uuraisilla. Tapahtumia ei enää luoda erikseen Facebookissa, koska tapahtumiin kysytään osallistumista ”etukäteen” ainakin ajatuksen tasolla, mikä ilmeisesti herättää vierastusta. Me laitamme nykyään päivityksenä nuo tapahtumat, ei siis erillisinä tapahtumina. Teille voisi sopia ihan eri tyylikin. Me huomasimme asian vasta kuin kokeilimme.

### **Yhteenveto**

Benchmarking -vertailua käytännössä toteutettiin kahden pienen kunnankirjaston, Uuraisten ja Luhangan kunnankirjastojen kesken. Havainnoija oli vieraillut Uuraisten kunnankirjastossa aikaisemminkin ja todennut, että Uuraisilla kirjaston työntekijöiden lisäksi kunnan johto pyrkii kehittämään monin tavoin kirjastopalveluja. Ja tämä näkyy pienen kirjaston palvelutarjonnassa, sillä kirjasto on mm. omatoimikirjasto ja kirjastolla on sosiaalista mediaa. Luhangassa puolestaan kunnan johdon asenteet omatoimikirjastolle ovat negatiivisempia. Luhangan kunnan määrärahat kirjastotoimen kehittämiseen ovat luonnollisesti pienehköt, sillä määrärahat yleensä kuluvat päivittäisten kirjastotoimintojen pyörittämiseen ja eikä ylimääräistä rahaa kehittämistoiminnalle juurikaan ole.

Uuraisilla on ollut sosiaalisen median palveluna Facebook jo pitkään ja se näkyi seuraajien ja tykkääjien määrässä. Pienikokoisella kirjastolla on yllättävän paljon ja seuraajia. Kirjaston asiakkaat seuraavat mielellään kirjaston Facebookia. Uuraisten kunnankirjastolla on varsin paljon tapahtumia, joista ilmoitetaan sivuilla. Tapahtumien kuvat keräävät hyvin seuraajia. Tästä johtopäätöksenä voitaisiin sanoa, että kuvat keräävät seuraajia, tykkääjiä ja sivuilla vierailijoita. Uuraisten kirjaston toinen sosiaalisen median palvelu Instagram pyrkii juuri tähän eli laittamaan palveluun paljon kuvia ja vähän tekstiä ja asiakkailta on näin ollen hyvät mahdollisuudet kommentoida kuvia.

Uuraisten Facebookista on Luhangan kunnankirjaston hyvä ottaa mallia. Kuvia lisäämällä ja hauskoja, kuvitettuja ja huumoripitoisia juttuja laittamalla kirjaston sivuille pienikin kirjasto voisi saada omille sivuilleen enemmän seuraajia, tykkääjiä ja vierailijoita. Tällaiseen toimintaan ei tarvita edes suurta taloudellista panostusta. Kirjastojen vertai-

lun perusteella Luhangan kunnankirjaston sosiaalista mediaa on hyvä kehittää Uurais-  
ten mallin mukaisesti: ensin kirjastolle oma Fb-profiili ja sen jälkeen vuorossa voisi olla  
Instagram lähitulevaisuudessa.

## 10 LUHANGAN KUNNANKIRJASTON FACEBOOK

### 10.1 Taustaselvitys

Luhangan kunnankirjastossa tehtiin sosiaaliseen mediaan ja erityisesti Facebookiin liittyvä taustaselvitys syksyllä 2016. Kirjastonhoitaja laati kyselyn, johon osallistui kirjastonhoitaja itse, yksi sijainen, yksi tukitoimin työllistetty työntekijä ja koulutoimenjohtaja. Seuraavassa on kerrottu lyhyesti kyselyn tulokset ja tehty Facebookiin liittyvä taustaselvitys.

#### Lähtökohta

Luhangan kunnankirjaston tulee vastata digiyhteiskunnan haasteisiin. Sosiaalinen media on tullut kirjastoihin jäädäkseen ja kirjastossa tulee tarjota tulevaisuudessa erilaisia sosiaalisen median muotoja, minkä tulee olla vision ja it-strategian mukainen. Luhangan kunnankirjastossa tarjottava sosiaalinen media voisi tuoda kirjastolle uusia asiakkaita ja uusi palvelu on käyttäjäystävällistä ja näin ollen kirjaston periaatteiden ja toimintatapojen mukaista. Henkilöstö-, aika- ja määräraharesurssit vaikuttavat omalta osaltaan kirjaston tulevaan sosiaalisen median tarjontaan. Mikäli kirjastolla olisi hyvin resursseja, niin se tarjoaisi useita erilaisia sosiaalisen median muotoja. Kirjastolla voisi näin ollen olla oma wiki, blogi ja se olisi Twitterissä ja Facebookissa. Asiakkaat voivat tulevaisuudessa osallistua paremmin kirjaston tarjoamaan sosiaalisen median muotoihin. Kirjasto olisi näin ollen sähköisten palveluiden hyvä tarjoaja. Kirjastonhoitajan mukaan kaikki edellä mainittu voisi toteutua pienessäkin kirjastossa tulevaisuudessa.

Sosiaalisen median toteuttamiseen tarvitaan monenlaista osaamista, monipuolisia ja hyviä atk-laitteita, kuten kannettavia ja tabletteja, osaamisen johtamista, hyviä määrärahoja, tarpeeksi työntekijöitä, aikaa, innostusta ja oikeaa asennetta.

#### Kirjaston visio

Luhangan kunnankirjaston visiona on sosiaalisen median muotojen tuominen kirjaston palvelutarjontaan ja kirjaston oman sosiaalisen median, kuten oman Facebook-profiilin luominen ja sosiaalisen median tuominen näin ollen asiakkaiden saataville.

Henkilöstön tulisi osata monipuolisesti atk:ta ja sillä pitäisi olla hyvä koulutustaso ja monipuolista työkokemusta. Henkilöstön tämänhetkinen atk-osaaminen on riittävää

kirjaston omien Facebook-sivujen toteuttamiseen. Johtamis- ja toimintakulttuuri on kannustavaa ja ilmapiiri uusille asioille on myönteinen. Kirjaston kehittäminen it-asioissa on näin ollen mahdollista.

### **Sosiaalisen median palveluiden tarjontavaihtoehtoja Luhangassa**

Mitä sosiaalisen median muotoja Luhangan kunnankirjasto voisi yleensä tarjota? Keskusteluissa kirjastonhoitaja, sijaiset ja tilapäiset työntekijät nostivat esille sellaisia somen muotoja kuten kirjaston oma Facebook, Twitter, kirjaston oma Wikipedia, kirjavinkkausblogi, lukupiiriblogi, kotiseutukokoelmaan liittyvä blogi, somen käytön opetus lapsille ja aikuisille, Facebookin käytön opetus aikuisille, Twitterin opettaminen aikuisille, Instagramin opettaminen aikuisille, lasten kirjavinkkausvideoiden tekeminen ja esittely esim. kirjaston Facebookissa tai YouTubeessa, kirjasto Instagramiin, kirjaston henkilöstö LinkedIniin, kirjaston pilvipalveluiden tarjonta, Google Driven käytön tai Google+ opettaminen asiakkaille ja kirjaston henkilöstön ja aikuisten kirjaesittelyt Facebookiin tai YouTubeen.

Kirjaston oma Facebook on hyvin toteutettavissa lähitulevaisuudessa. Kirjaston liittyminen Twitteriin myöhemmin Facebook sivujen perustamisen jälkeen voi olla hyvinkin mahdollista. Kirjaston oma Wikipedia olisi kenties muuten mahdollinen, mutta nykyisellä henkilöstömäärällä tuskin toteutettavissa. Jokin blogi olisi kenties mahdollista toteuttaa muutaman vuoden kuluessa. Someen liittyviä perusasioita kirjastonhoitaja voisi opettaa sekä lapsille että aikuisille jo nyt. Someen liittyvää koulutusta kirjastonhoitaja järjestää aikuisille myöhemmin. Lasten kirjavinkkausvideoiden tekeminen vaatii paremman perehtymisen ja enemmän määrärahoja, mutta koulun kanssa yhteistyössä parin kolmen vuoden kuluessa. Kirjastosta voisi laittaa kuvia Instagramiin. Kirjastonhoitaja on jo LinkedInissä. Sijaisten tai tilapäisten työntekijöiden osallistuminen LinkedIniin voi olla mahdollista tulevaisuudessa. Pilvipalveluiden tarjoaminen asiakkaille kirjaston koneilla on kenties toteutettavissa jo nyt. Kirjaston henkilöstön ja aikuisten asiakkaiden kirjaesittelyjen toteuttaminen Facebookissa onnistuu jo piakkoin ja kenties myöhemmin YouTubeessa.

### **Miksi Luhangan kunnankirjastolle omat Facebook-sivut?**

Kirjaston Facebook-profiilin avulla kirjasto parantaa palvelujen asiakaslähtöisyyttä ja tuo mahdollisesti kirjaston kävijöiksi tai osallistujiksi uusia asiakkaita. Kirjaston sivuilla voisi henkilöstön mukaan olla kirjaston tapahtumien esittelyn lisäksi ajankohtaisista asioista tiedottamista kirjastokentällä, aukioloaikojen muutoksista ilmoittamista, kirjalli-



suuden saralla tapahtuvista asioista kertomista ja vaikkapa kirjavinkkien esittelyä. Sivujen materiaalin tuottamiseen voisi henkilöstön mielestä osallistua kirjaston asiakkaat lähitulevaisuudessa. Kirjaston Facebook olisi näin ollen vuorovaikutteinen ilmiö kirjastossa. Kirjaston strateginen tavoite olisi kirjaston asiakkaille suunnattujen palveluiden asiakaslähtöisyyden kehittäminen ja parantaminen.

### **Facebook-sivujen toteuttaminen**

Luhangan kunnankirjaston Facebook-sivut ovat toteutettavissa lähitulevaisuudessa. Kirjastonhoitaja laatii opaskirjan avulla kirjaston omat sivut. Kirjastonhoitaja on opetellut ottamaan kuvia ja käyttämään eri sosiaalisen median muotoja. Atk-asiantuntijan palveluita kirjastonhoitaja voi tarvittaessa käyttää apuna kirjaston Fb-profiilia tehtäessä.

Kirjastonhoitaja tekee käytännön järjestelyt ja kirjaston omat Facebook-sivut vuoden kuluessa. Kun kirjaston sivut ovat valmiit, niin asiasta pyritään tiedottamaan hyvin asiakkaille mm. kirjaston kotisivuilla, face-to-face-viestinällä ja esitteellä. Muu henkilöstö ohjeistetaan hyvin kirjaston Facebookista tiedottamiseen ja mahdollisuuksien mukaan lisäämään aineistoa sivuille. Kysellään asiakkaiden kiinnostusta sivuille tulevien kirjavinkkien kirjoittamiseen ja kirjaston henkilöstö lisäisi vinkkejä sivuille.

#### **10.2 Luhangan kunnankirjaston Facebook -profiilin perustaminen**

Luhangan kunnankirjaston Facebook profiili luotiin elokuun 2017 lopussa. Facebook-sivut teki seutukunnan atk-yrittäjä ja kirjastonhoitaja on siitä lähtien laittanut kuvia ja materiaalia kirjaston sivuille. Luhangan kunnankirjasto käsittää 2 toimipistettä, joten kirjastonhoitaja toivoi, että Facebook -profiili koskee molempia kirjastoja ja näin ollen Luhangan kunnankirjastolla on yksi yhteinen profiili kumpaakin toimipistettä koskien. Facebookia pyritään päivittämään vähintään kerran viikossa.

Luhangan kunnalla on kaksi Facebook -profiilia: Luhangan kunta ja Luhanka. Luhangan kunta on julkishallinnollisen organisaation Facebook -profiili, jota seuraa tällä hetkellä 226 henkilöä. Luhanka on julkinen ryhmä, jolla on tällä hetkellä 25.9.2017 668 jäsentä ja sen jäsenistö koostuu etupäässä sekä varsinaisista luhankalaisista että kesäluhankalaisista. Luhanka -sivustoilla on markkinoitu Luhangan kunnankirjaston Facebook-sivuja ja pyritään näin ollen samaan sekä seuraajia että tykkääjiä kirjaston sivuille. Kirjastonhoitaja toivoo, että kirjaston sivut saavat seuraajia ja tykkääjiä sekä kirjaston vakituksista kävijöistä että uusista kävijöistä, jotka todennäköisesti ovat aktiivisia

Facebookin ja/tai muun sosiaalisen median käyttäjiä. Luonnollisesti pienen maalaiskunnan kirjastolle olisi eduksi saada uusia asiakkaita. Luhangan kunnankirjaston kotisivuilla tervetuloa Luhangan kunnankirjaston kotisivuille on mainittu se, että kirjastolle on perustettu omat sivut. Luhangan Facebook-sivut sijaitsevat osoitteessa: <https://www.facebook.com/paakirjasto>. Kirjaston Fb:n etusivulla on kuva, jossa on kummankin toimipisteen kuva yhdistettynä; vasemmalla puolella on kuvattuna pääkirjaston etupuoli ja sisäänkäynti kirjastoon ja oikealla puolella Tammijärven kirjaston sisäänkäynti.

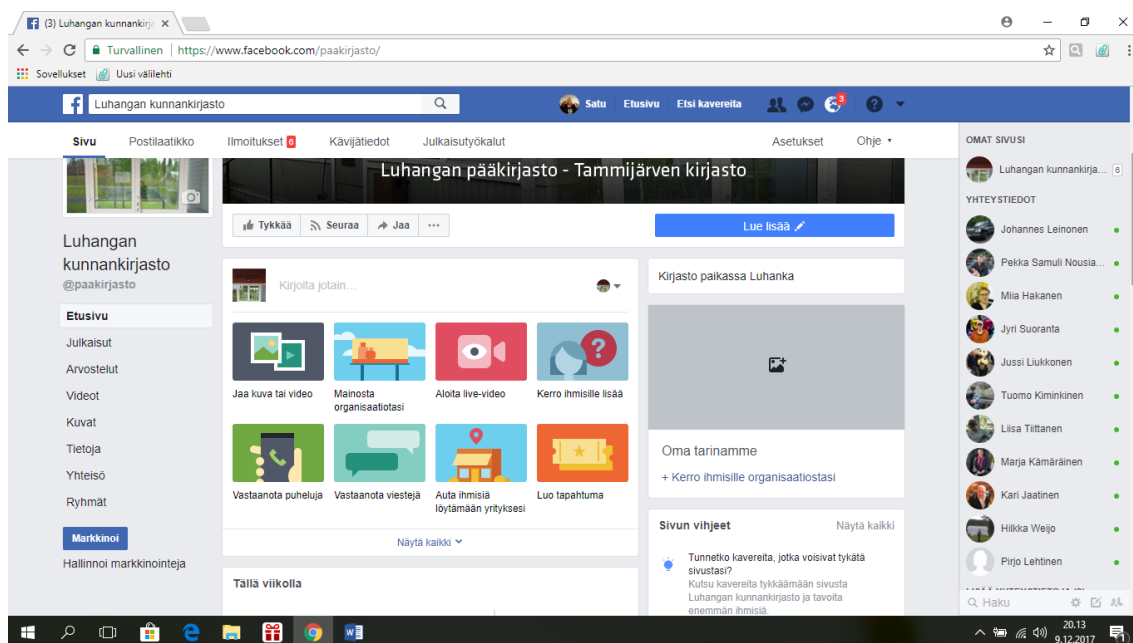


Kuva 3. Luhangan kunnankirjaston Facebook-profiilin etusivu

Lomake- ja Webropol-kyselyn vastauksia ja neuvoja käytettiin ja käytetään hyväksi, kun kirjaston Fb-sivuille lisätään aineistoa. Monessa vastauksessa oli mainittu, että tulisi olla lukuvinkkejä, kirja- ja kirjailijaesityksiä, tapahtumien esittelyä ja kirjastojen aukioloaikojen muutoksista ilmoituksia. Tähän mennessä kirjaston viikoittaisissa sivujen päivityksissä on ollut esillä kaikkea tätä. Tosin Luhangan Fb-sivuilla on vielä kohtalaisen vähän aineistoa, mutta sivuille pyritään lisäämään vähitellen kaikkea uutta materiaalia toivomusten mukaisesti.

Luhangan kunnankirjaston FB-sivuilla on 36 seuraajaa ja 37 tykkääjää tällä hetkellä 17.11.2017. Mutta kirjaston jollakin sivulla vierailleita asiakaskuntaa on jopa yli 100 henkilöä. Koska Luhangan kunnan asukasmäärä on siinä 760 henkilöä, niin kirjaston sivujen seuraajien ja tykkääjien määrä lähentelee 5 prosenttia. Tavoite sivujen seuraajien määräksi oli 5 prosenttia. Näin ollen ollaan kohta tavoitteessa

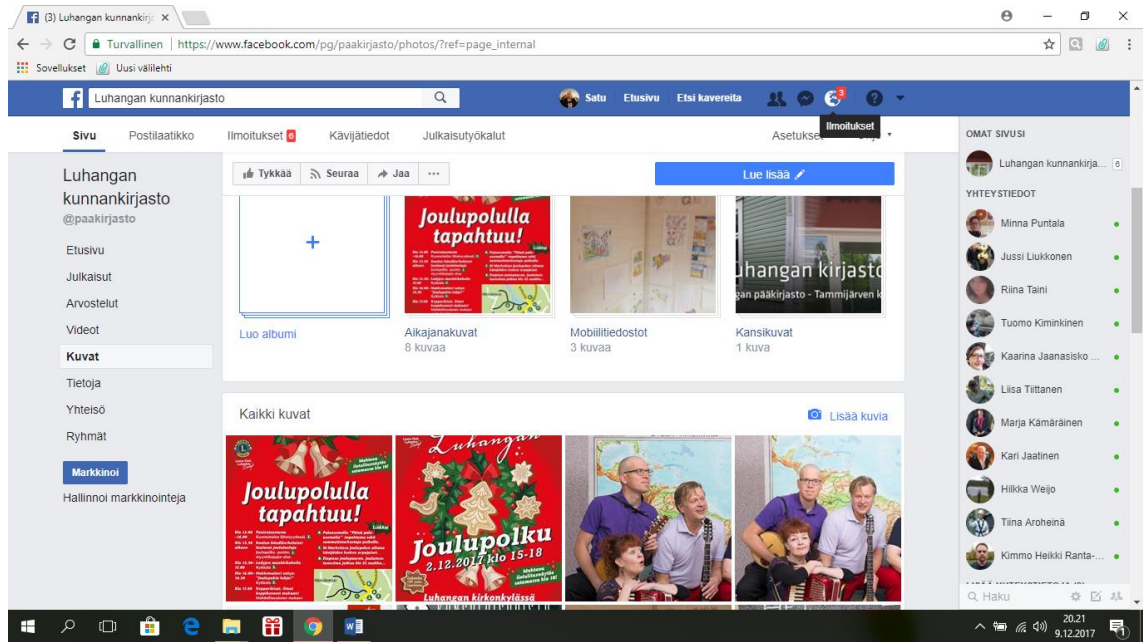
Seuraavassa on kuvia Luhangan kunnankirjaston Facebook-sivuilta. Ensimmäisessä kuvassa on kuva etusivulta. Seuraavissa kahdessa kuvassa on kuvia kirjaston järjestämistä tapahtumista tai tapahtumista, jossa se on ollut mukana, mainoksia tai Tammijärven kirjaston kuvia. Neljännessä kuvassa on kuvankaappaus julkaisusta, jossa on ilmoitettu kirjastojen aukioloajat. Viimeisessä kuvassa on sivuilla oleva julkaisu kirjallisuuden Finlandia-palkinnosta 2017.



Kuva 4. Kuva Luhangan Facebookin etusivulta

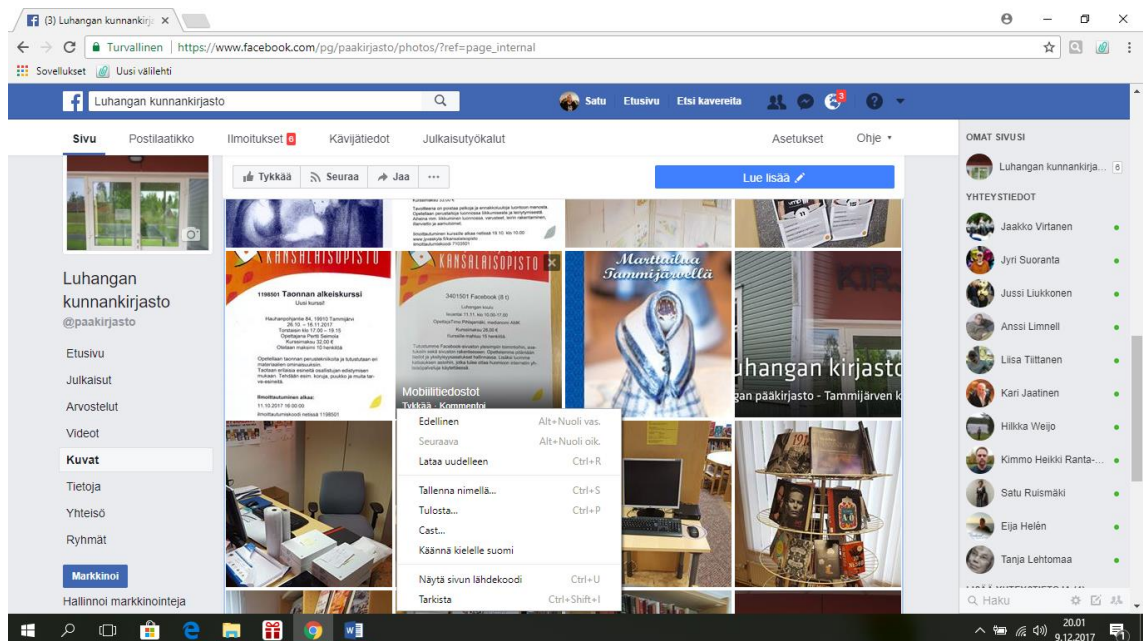
Haastatteluissa käytiin läpi Keski-kirjastojen sosiaalista mediaa. Haastatteluissa painotettiin sitä, että pienen kirjaston somen muoto voisi olla alkuvaiheessa Facebook. Pienen kirjaston vähäinen henkilöstömäärä ei ehdi ottaa käyttöön montaa sosiaalisen median välinettä. Tämän perusteella Luhangan kirjastossa some on tällä hetkellä Facebook..

Sosiaalisen median kysyntä Luhangassa on ollut suhteellisen vähäistä ja samoin resurssit. Toisaalta somen tarjonta voisi lisätä sosiaalisen median kysyntää. Joten mahdollisesti pienikin kunnankirjasto voisi lähitulevaisuudessa tarjota muutakin somea kuin Facebookin. Kyse on ennen kaikkea osaamisesta ja hyvästä ajankäytöstä. Mitä muuta sosiaalista mediaa on tulevaisuudessa, se jää nähtäväksi

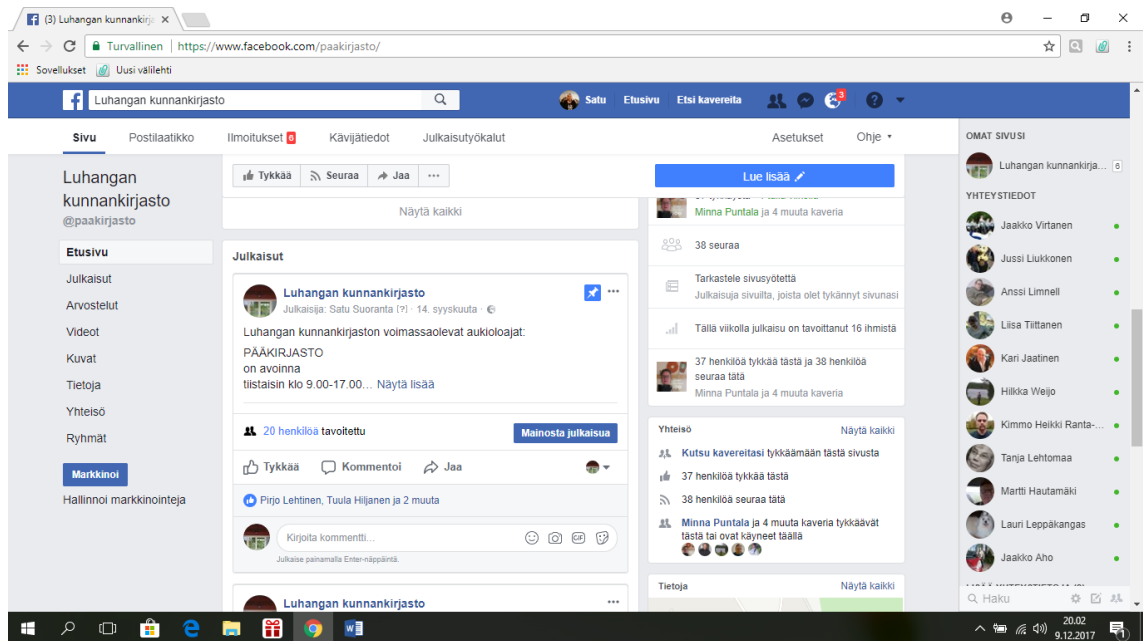


Kuva 5. Kuva kirjaston järjestämistä tapahtumista

Lomakekyselyn, Webropol-kyselyn ja benchmarkingin vastausten perusteella on Luhangan kirjaston FB-sivuille lisätty kuvia ja mainoksia erilaisista tapahtumista muiden Keski-kirjastojen mallin mukaisesti. Uuraisten kirjastonjohtajalta tuli vertaisanalyysissä hyviä ideoita siitä, millaista aineistoa täläläisen kirjaston sivuilla voisi olla.

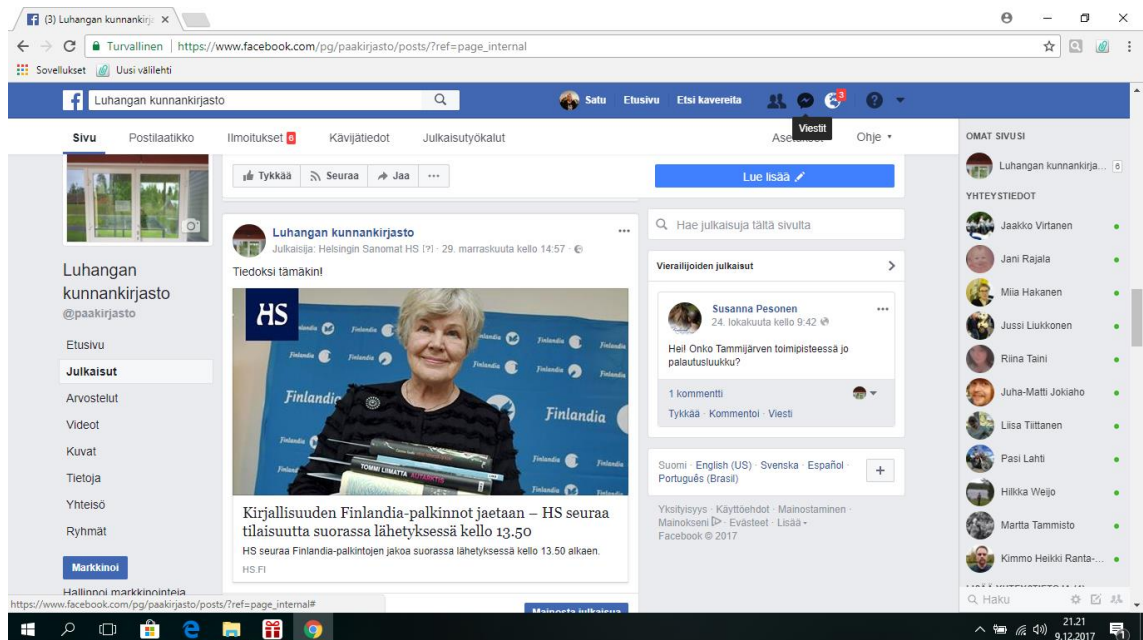


Kuva 6. Kuvia kirjaston tapahtumista, mainoksia ja valokuvia kirjastosta



Kuva 7. Kirjaston Facebookin -etusivu, jonka yhdessä julkaisussa on kirjaston aukioloajat

Kaikissa tiedonkeruumenetelmissä tuli esille, että kirjastojen on hyvä esittää sivuillaan kirjastojen aukiolomuutoksia ja kirjaesittelyjä. Erityisesti kyselyissä tämä tuli selkeästi esille.



Kuva 8. Kuvassa on yksi julkaisu kirjallisuuden Finlandia palkinnosta 2017.

## 11 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kirjastotyöhön ja sen eri työtehtäviin liittyy oleellisesti markkinointi. Kirjaston hyvään markkinointisuunnitelmaan kuuluvat kirjaston strategiset tavoitteet ja kirjaston visio, kehysorganisaation tavoitteet, asiakaskyselyt, kilpailijoiden kehitystrendit, kirjastoalan visiot ja asiakaspalautteet (Juntunen & Saarti, 2014, 32-33).

Yleensä ottaen kirjastot osaavat markkinoida kirjastojensa toimintaa hyvin. Kirjastojen markkinointi pyrkii kirjaston palveluiden ja tuotteiden tunnettavuuden parantamiseen ja käytön lisäämiseen. Kirjastot eivät yritysten tavoin tavoittele voiton maksimointia. (Helinsky, 2012, 12-13.) Kirjastojen toimintaan oleellisesti kuuluu viestintä, johon liittyy tiedottaminen, markkinointi ja maineenhallinta (Juntunen & Saarti, 2012, 131).

Internet on kirjastojen nopea, ajantasainen ja edullinen väline markkinoinnissa ja viestinnässä ja vaatii laaja-alaista verkkopalveluiden tuntemusta ja osaamista sisältöjen tuottamisessa verkkoon. Sosiaalinen media ja siihen liittyen Facebook on yksi viestintä- ja markkinointikanava kirjastoissa. Sen avulla tavoitetaan vain tiettyjä kohderyhmiä, joten perinteisten medioiden käyttö on syytä muistaa. Sosiaalisella medially on merkitystä tiedonhankintakäyttäytymisessä. Yhä useammin etsitään tietoa Wikipediasta tai uutisia, vinkkejä ja linkkejä Facebookista. Arkielämän tiedonhankinnassa käytetään yhä enemmän blogeja, keskustelupalstoja, wikejä ja muita sosiaalisen median muotoja. Sosiaalisen median muodoissa kohderyhmiksi voidaan valita esimerkiksi eri toimipisteiden asiakkaat, tietyn ikäryhmän edustajat tai vaikkapa musiikkiosaston käyttäjät. Tällä tavoin voidaan viestitellä kunkin kohderyhmän toiveiden ja tarpeiden mukaisesti. Monissa kirjastoissa mietitäänkin mitä sosiaalisen median välineitä kirjaston tulisi tarjota asiakkaille. Kirjastojen eniten tarjoama sosiaalisen median muoto on Facebook, jonka avulla yhdessä kirjastojen omien kotisivujen kanssa hoidetaan kirjastojen verkko-viestintää (Saarti & Tuomi, 2012, 182-186.)

Luhangan kunnankirjaston Facebookilla pyritään markkinoimaan kirjaston toimintaa ja tapahtumia mahdollisuuksien mukaan. Kirjaston Fb-sivuilla on kuvia tulevista tapahtumista. Lisäksi sivuilla on kuvia ja tekstejä kirjaston toiminnasta ja kirjaston tiloista. Sivuilla esitellään myöskin kirjastokentällä tapahtuvia asioita, uusia kirjoja ja kirjailijavieraita. Kirjaston poikkeavista aukioloajoista yms. tiedotetaan sekä kirjaston kotisivuilla että Facebookissa.



Luhangan kunnankirjastossa medialukutaitoa ja mediakasvatusta pyritään antamaan paikkakunnan koulun oppilaille pienestä pitäen. Lapsille järjestetään mm. tiedonhakua tietokoneilla ja tableteilla. Mielestäni se on mediakasvatusta, joka edesauttaa medialukutaidon hyvään omaksumiseen. Luonnollisesti myös koululaitos valmistaa lapsia tähän. Medialukutaito ja mediakasvatus on tullut kuvioihin mukaan entistä enemmän paikkakunnan kirjastoissa viimeisen parin vuoden aikana. Hyvät medialukutaidot auttavat sosiaalisessa mediassa toimimisessa. Lapsesta asti saatu mediakasvatus luo hyvän pohjan esim. Whatsappin, YouTuben, Facebookin, Instagramin tai Twitterin käyttöön.

Informaatiolukutaito ja medialukutaito ovat osa monilukutaitoa, joita jokainen tarvitsee nykypäivän yhteiskunnassa. Kirjaston valmiudet opastaa asiakkaitaan näihin taitoihin ovat paremmat kuin aikaisemmin. Asiakkaita neuvotaan ja heille etsitään tietoa tietokoneilta ja tableteilta ja henkilöstö avustaa näin ollen asiakkaita nettilukutaitojen käytössä ja oppii jotain samalla itsekkin. Näin toimitaan Luhangan kunnankirjastossa.

Kirjastossa nuorille olisi mahdollista opettaa Facebookin ja Instagramin käyttöä nykyisin, onhan siihen kirjastohenkilöstöllä valmiuksia. Samoin aikuisia on mahdollista opastaa somen käytössä entistä enemmän. Tähän liittyen Luhangassa aikuisille järjestetään talvella 2018 sosiaaliseen mediaan liittyvä koulutus, joka on osa kirjaston sosiaalisen median hanketta 55-vuotiaille ja sitä vanhemmille henkilöille. Idea hankkeesta kehkeytyi opiskelujen aikana.

Someen liittyvä koulutus on nykyaikana, kuten koulutus yleensäkin, entistä tärkeämmässä asemassa. Koulutusta arvostetaan ja sitä tarvitaan entistä enemmän. Ei ole mitenkään harvinaista, että hankitaan useampi tutkinto, jotta pysyttäisiin työmarkkinoilla. Kirjastojen antama koulutus ja neuvonta ovat ensiarvoisen tärkeitä ja se on nykyään kirjastojen yksi perustehtävä perinteisten palveluiden ohella.

Tämän lopputyön aikana on mietitty enemmän kuin aikaisemmin paikkakunnan kirjaston medialukutaidon, informaatiolukutaidon ja mediakasvatuksen tuomista paremmin esille kirjastossa. Kuinka asiakkaita voisi opastaa hyvin näissä taidoissa?

Yhteisöllisyyttä on havaittavissa kirjastossa monin tavoin. Luhangan koulun ja kirjaston tiivis yhteistyö on lisännyt yhteisöllisyyttä. Koulun ja kirjaston yhteydenpito on viime vuosina kehittynyt huomattavasti. Luonnollisesti kirjaston ja koulun sijainti vaikuttaa tähän omalta osaltaan. Samoin järjestötoiminta kirjastossa vaikuttaa myönteisesti ryhmien syntymiseen. Pienessä kunnankirjastossa yhteisöllisyys on tuttu ilmiö. Some

Luhangan kirjastoissa ei ole pelkästään koulun ja kirjaston verkostoitumista ja yhteisöllisyyttä, vaan Facebook on eräänlainen kokoontumispaikka, jossa henkilöstö ja asiakkaat voivat toimia yhdessä.

Kappaleessa 4.3 tuotiin esille Laura Hokkasen ajatuksia sosiaalisesta kirjastosta ja siitä, kuinka kirjastossa käytetään sosiaalista mediaa. Sosiaalinen kirjasto on tulevaisuuden kirjastoissa entistä enemmän erilaisten sosiaalisen median välineiden käytön opettelua ja siihen liittyvän tiedon jakamista asiakkaille. Sosiaaliseseen kirjastoon liittyy sosiaalisuus. Miten se ilmenee kirjastotyössä? Luhangan kunnankirjastossa sosiaalisuus näkyy tulevaisuudessa entistä enemmän asiakkaiden neuvontana, opastuksena ja kouluttamisessa erilaisissa kirjastotoimintaan ja someen liittyvissä asioissa. Kirjaston henkilöstöllä on perinteisen kirjastotädin roolin lisäksi sosiaalityöntekijän rooli. Kirjastossa lievitetään yksinäisyyttä, autetaan ihmisiä ja kohdellaan kaikkia asiakkaita tasavertaisesti.

Sosiaalisessa mediassa Facebook mahdollistaa toisten kirjastojen toiminnan seuraamista ja jopa osallistumista siihen, mikä lisää yhteistyötä eri kirjastojen kesken. Kirjastotyöntekijät voivat somen palveluiden avulla myöskin opastaa toisiaan ja käyttää sitä vertaistukena, ei pelkästään asiakkaiden neuvontaan tai asiakkaiden ja henkilöstön väliseen yhteistyöhön.

Luhangan kunnankirjaston sosiaalinen media on alkutaipaleellaan. Millaista sosiaalista mediaa on jatkossa, riippuu pitkälti digiyhteiskunnan kehityksestä. Luonnollisesti ison kirjastokimpan toiset kirjastot antavat mallia ja neuvoja muille kirjastolle. Yhteistyössäkin on mahdollista tulevaisuudessa tuottaa sosiaalisen median palveluita, jotka luovat pohjaa yhteisöllisyydelle ja yhteiselle toimimiselle verkossa.



## LÄHTEET

- Aaltonen, L. 2017: Yleisiä kirjastoja koskevan lain tavoite ja yleisen kirjaston tehtävät – keskiössä yhteiskunnallinen vaikuttavuus. Esitelmä 23.2.2017. Viitattu 23.1.2018 <https://www.avi.fi/documents/10191/4143340/Lain+tavoite+ja+yleisen+kirjaston+teht%C3%A4v%C3%A4t/a5ba0b6a-9359-4234-bb44-538ff80d7dec>
- Aho, H.-R.. 2005. Etsien löytää, ajatellen oppii: informaatiolukutaidon edistäminen Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulussa. Kokkola: Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu.
- Almgren, P. & Jokitalo, P. 2011. Kirjasto 2012: asiakkaan asialla. Helsinki: BTJ Finland Oyj.
- Anttila, P. 2007. Realistinen evaluaatio ja tuloksellinen kehittämistyö. Hamina: Akatiimi.
- Benchmarking-käsikirja: nopea oppiminen: ylivoimainen kilpailuetu. 1998. Helsinki: Laatu keskus.
- Bradley, Phil. 2007. How to use web 2.0 in your library. Lontoo: Facet publishing.
- Camp, R. C. 1995. Business process benchmarking: finding and implementing best practices. Milwaukee: ASQC Quality Press.
- Engeström, Y. 1995. Kehittävä työntutkimus. Helsinki: Painatuskeskus.
- Gaunt, J., Morgan, N., Somers, R., Soper, R., & Swain, E. 2009. 2. korj. ja täyd. p. Opas informaatiolukutaidon opetukseen. Kokkola: Keski-Pohjanmaan Ammattikorkeakoulu.
- Haasio, A., Haasio, M. 2008. Pulpetit virtuaalivirrassa. Helsinki: BTJ Finland.
- Haasio, A. 2011. Mitä iloa internetistä?: hyödy verkkopalveluista, sukella sosiaaliseen mediaan. Helsinki: Avain.
- Haasio, A. 2013. Sosiaalinen media ja kirjastot. Helsinki: Avain.
- Haasio, A. 2015. Löydä!: opas helppoon tiedonhakuun. Helsinki: BTJ Finland.
- Heikkilä, T. 2004. Tilastollinen tutkimus. 5. uudistettu painos. Helsinki: Edita.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uudistettu painos. Helsinki: Edita.
- Heikkinen H. L. T.; Rovio E.; Syrjälä. L. 2007. Toiminnasta tietoon: toimintatutkimuksen menetelmät ja lähestymistavat. 2. tarkistettu painos. Helsinki: Kansanvalistusseura.
- Heinonen, U. 2008. Sähköinen yhteisöllisyys: kokemuksia vapaa-ajan, työn ja koulutuksen yhteisöistä verkossa. Pori: Kulttuurituotannon ja maisematutkimuksen laitoksen julkaisuja XIV.
- Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. 2005. Tutki ja kirjoita. 11. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. 13.-14., osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Hokkanen, L. 2015. Sosiaalinen kirjasto: lukemattomien mahdollisuuksien maailma. Helsinki: BTJ Finland Oy.

Holmberg, K., Huvila, I., Kronqvist-Berg, M., Nivakoski, O. & Widen-Wulff, G. Kirjasto 2.0: muuttuva osallistumisen kulttuuri. 2009. Helsinki: BTJ Kustannus

Hurtig, J., Laitinen, M. & Uljas-Rautio, K. 2010. Ajattele itse!: tutkimuksellisen lukutaidon perusteet. Jyväskylä: PS-kustannus.

Itä-Suomen yliopisto. Benchmarking. Viitattu 2.8.2017. <https://www.uef.fi/benchmarking>

Juntunen, A. & Saarti, J. 2012. Kirjaston johtaminen: käytännön opas laadukkaaseen kirjastonhoitoon. Helsinki: Avain.

Juntunen, A. & Saarti, J. 2014. Ulos kirjastosta: kirjastojen markkinointiviestintä. Helsinki: Avain.

Jyväskylän yliopiston koppa. Mixed methods. Viitattu 14.1.2018 <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/monimenetelmaisuys>

Kalliala, E. & Toikkanen, T. 2009. Sosiaalinen media opetuksessa. Helsinki: Finn Lectura.

Kananen, J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä: kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2014a. Toimintatutkimus kehittämistutkimuksen muotona: miten kirjoitan toimintatutkimuksen opinnäytetyönä? Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2014b. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä: miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2015. Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas: miten kirjoitan kehittämistutkimuksen vaihe vaiheelta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kangaspunta, S. 2011. Yksilöllinen yhteisöllisyys. Tampere: Tampereen yliopistopaino.

Keski-kirjastot. Facebook-sivut. Viitattu 15.10.2017 [www.keski-kirjastot.fi/web/kirjastot-somessa](http://www.keski-kirjastot.fi/web/kirjastot-somessa)

Kirjastolehti.fi Viitattu 12.1.2018 <http://kirjastolehti.fi/artikkelit/uusi-laki-tekee-kirjastoista-demokratian-puolustajia/>

Kirjastot.fi. Kirjastotelevisio. viitattu 10.12.2017 <https://www.kirjastokaista.fi>

Kirjastot.fi/hankkeet. 2017. Luhangan kunnankirjaston hanke sosiaalinen media, tabletit ja 55+vuotiaat. Viitattu 8.4.2017 <http://hankkeet.kirjastot.fi/hanke/sosiaalinen-media-tabletit-ja-55vuotiaat>

Kortesuo, K. 2014. Sano se someksi 1: ammattilaisen käsikirja sosiaaliseen mediaan. Helsinki: Kauppakamari.

Kupiainen, R. & Sintonen, S. 2009. Medialukutaidot, osallisuus, mediakasvatus. Helsinki: Helsinki University press/Palmenia.

Leino, K., Kallionpää, O. 2016. Monilukutaitoa digiaikaan: lukemisen ja kirjoittamisen uudet haasteet ja mahdollisuudet. Helsinki: Äidinkielen opettajain liitto.

Luhangan sivistystoimenlautakunta. 17.11.2015. § 66. Sivut 92-93.

Merilampi, R. 2014. Mediakasvatuksen perusteet. Helsinki: BTJ Finland Oy.

- Nevgi, A. 2007. Informaatiolukutaito yliopisto-opetuksessa. Helsinki: Yliopistopaino.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro.
- OKM. 2003. Kirjastostrategia 2010: tiedon ja kulttuurin saatavuuden politiikka. Opetusministeriön julkaisuja 2003:1. Helsinki: Opetusministeriö.
- OKM. 2009. Opetusministeriön kirjastopolitiikka 2015. Yleiset kirjastot. Kansalliset strategiset painoalueet. Opetusministeriön julkaisuja 2009:32. Helsinki: Opetusministeriö.
- OKM. 2010. Yleisten kirjastojen laatusuositus. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2010:20. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö.
- OKM. 2012. Kirjastot ja media 2012: selvitys mediakasvatuksen tilasta yleisissä kirjastoissa. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2012:23. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö.
- OKM. 2013. Hyvä medialukutaito: suuntaviivat 2013-2016. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2013:11. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö.
- Pesonen, P. 2013. Sosiaalisen median lait. Helsinki: Lakimiesliiton kustannus.
- Pönkä, H. Blogipostaus 5.12.2017 viitattu 8.12.2017 <https://harto.wordpress.com>
- Pönkä, H. 2014. Sosiaalisen median käsikirja. Jyväskylä: Docendo.
- Ruhala, A., Niinistö, H. & Pentikäinen, A. Mediametkaa!: osa 6: kirjasto kutsuu mediaseikkailuun. 2012. Helsinki: Mediakasvatuskeskus Metka.
- Saarti, J. & Tuomi, J. 2012. Kirjastojärjestelmät: vai kirjastot ilman järjestelmää. Helsinki: Avain.
- Serola, S. 2014. Ote informaatiosta: johdatus informaatiotutkimukseen ja interaktiiviseen mediaan. Helsinki: BTJ Finland Oy.
- Social media: Facebook, Twitter, and the modern revolution. 2015. California: Lightning guides.
- Sormunen, E. & Poikela, E. 2008. Informaatio, informaatiolukutaito ja oppiminen. Tampere: Tampereen yliopistopaino.
- Suomen Kuntaliitto. 2011. Sivistyksen suunta 2020: Suomen Kuntaliiton sivistyspoliittinen ohjelma. Helsinki: Suomen Kuntaliitto.
- Suominen, J., Östman, S., Saarikoski, P. & Turtiainen, R. 2013. Sosiaalisen median lyhyt historia. Helsinki: Gaudeamus.
- Thomsett-Scott, B. C. 2014. Marketing with social media: A LITA guide. American library association.
- Toikko, T. & Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. 3. korjattu painos. Tampere: Tampereen Yliopistopaino.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 5. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Tuominen, K. 2005. Benchmarking käytännössä: itsearviointin työkirja: hyviä kysymyksiä ja benchmarking-tutkimuksia. Turku: Oy Benchmarking Ltd.
- Tuominen, K. 2016a. Benchmarking-käsikirja. [Turku]: Oy Benchmarking Ltd.
- Tuominen, K. 2016b. Benchmarking-prosessi. [Turku]: Oy Benchmarking Ltd.

Tuominen, K. 2016c. Benchmarking: jatkuvan kehittämisen konsepti. [Turku]: Oy Benchmarking Ltd.

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. [Helsinki]: Finn Lectura.

Verho, S. 2009. Mediakasvatus kirjastossa. Helsinki: BTJ Finland Oy.

Vilkkä, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4. uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

## KYSELY FACEBOOKISTA ASIAKKAILLE

Vastaajan tiedot:

1. Vastaajan sukupuoli                      nainen \_\_\_\_\_ mies \_\_\_\_\_
2. Vastaajan ikä                      \_\_\_\_\_
3. Vastaajan ammatti \_\_\_\_\_
4. Oletko töissä, työtön, opiskelija, kotiäiti tai eläkkeellä?
5. Onko Facebook sinulle tuttu?
6. Oletko Facebookissa? Onko sinulla oma Facebook-profiili?
7. Jos sinulla on oma Facebook-profiili, niin onko sinulla ollut oma Facebook-profiili miten kauan?
8. Oletko tutustunut jonkun kirjaston Facebook-sivuihin? Jos olet, niin minkä kirjaston/ kirjastojen  
Facebook-sivut ovat sinulle tuttuja?
9. Millainen Luhtaan kunnankirjaston tuleva Facebook-sivun/profiilin tulisi olla?
10. Mitä aineistoa tai linkkejä kirjaston Facebookin tulisi sinun mielestäsi sisältää?
11. Kun kirjaston Facebook-sivut on perustettu, niin aiotko vierailla sivuilla ja tutustua niihin?

## WEBROPOL-KYSELY KESKIKIRJASTOILLE

1. Vastaajan henkilötiedot  
Sukunimi  
Etunimi  
Sähköposti  
Puhelin  
Yritys/organisaatio  
Asema
2. Onko kunnankirjastollanne käytössä oma Facebook profiili?
3. Kuinka kauan kirjastonne Facebook sivut ovat olleet käytössä? Milloin kirjastonne Facebook profiilinne on perustettu?
4. Mikäli kirjastollanne ei ole Facebookia käytössä, niin onko kirjastollanne suunnitelmia ottaa käyttöön oma Facebook profiili? Jos on suunnitelmia, niin milloin aiotte ottaa käyttöön kirjastonne oman Facebook profiilin?
5. Kuka on luonut kirjastonne Facebook profiilin?
6. Onko kirjastonne Facebook sivuillanne paljon seuraajia?  
\_\_ 1-100 seuraajaa  
\_\_ 100-200 seuraajaa  
\_\_ 200-500 seuraajaa  
\_\_ 500-1000 seuraajaa  
\_\_ 1000 tai sitä enemmän seuraajia
7. Onko kirjastonne Facebookilla paljon tykkääjiä?  
\_\_ 1-100 tykkääjää  
\_\_ 100-300 tykkääjää  
\_\_ 300-500 tykkääjää  
\_\_ 500-1000 tykkääjää  
\_\_ 1000 tai sitä enemmän tykkääjiä
8. Kuka päivittää kirjastonne Facebookin sivut?
9. Kuinka usein kirjastonne Facebook sivuja päivitetään?
10. Millaista aineistoa teillä on organisaationne Facebook sivuilla?
11. Millaista Fb aineistoa teillä seurataan eniten?
12. Millaisella Fb aineistolla teillä on eniten tykkääjiä?
13. Millaista palautetta organisaationne Fb on saanut asiakkailtanne tai muilta sidosryhmiltä?
14. Onko kirjastossanne muita sosiaalisen median palveluita?
15. Onko kirjastollanne suunnitelmissa ottaa käyttöön jotakin sosiaalista mediaa?  
Mitä sosiaalisen median muotoja aiotte ottaa käyttöön kirjastossanne? Milloin?
16. Mielipiteitäsä sosiaalisesta mediasta kirjastossanne? Mielipiteitäsä sosiaalisesta mediasta yleensä?

## TEEMAHAASTATTELU

1. Millaista sosiaalinen media on nykyisin ja millaista se oli esim. 5 tai 10 vuotta sitten.  
Vertaa sosiaalista mediaa nykypäivään.
2. Millaisen sosiaalisen median parissa työskentelet nykyisin? Kerro tarkemmin, millaisen sosiaalisen median parissa työskentelet.
3. Millaista sosiaalista mediaa kirjastoissa käytetään nykyisin? Kertoisitko tarkemmin näkökantojasi millaista sosiaalista mediaa on nykypäivän kirjastoissa.
4. Millaista sosiaalista mediaa kirjastoissa olisi hyvä olla esim. pienessä kunnankirjastossa? Kertoisitko havaintojasi sosiaalisen median tarpeesta kirjastoissa nykyisin.
5. Millainen on sosiaalisen median tulevaisuus?  
Millaisen sosiaalisen median parissa työskentelet tulevaisuudessa? Entä millaista sosiaalista mediaa on tulevaisuudessa kirjastoissa?  
Pohdi, millaista sosiaalista mediaa on yleensä tulevaisuudessa ja millaista somea on kirjastoissa.

KYSYMYKSET BENCHMARKING:

1. Milloin Uuraisten Facebook-sivut on luotu?
2. Onko Uuraisten Facebook-sivuilla miten paljon seuraajia/tykkääjiä tällä hetkellä?
3. Onko teidän kirjaston Facebook-sivujen seuraajatilanne muuttunut/vaihdellut vuosien aikana?
4. Ovatko Uuraisten Facebook-sivujen seuraajat/tykkääjät aktiivisia?
5. Mikäli sivujen seuraajat ovat aktiivisia, niin miten se ilmenee?
6. Vaihteleeko teidän kirjaston Facebook-sivujen tykkäysten määrä?
7. Jos tykkäysten määrä vaihtelee, niin osaatko määritellä, mistä se johtuu?
8. Millaista aineistoa/materiaalia Uuraisten Facebook-sivuilla on?
9. Kuka teillä päivittää Facebook-sivuja? Onko teillä useampia päivittäjiä esim. vuosilomien aikana?
10. Kuinka usein teillä päivitetään Facebook-sivuja?
11. Millaisesta Facebookin aineistosta teidän kirjaston seuraajat pitävät eniten?
12. Millaista materiaalia/aineistoa sinun mielestäsi olisi hyvä olla esim. Luangan tulevilla Facebook -sivuilla?